

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA-UNIR**  
**CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES**  
**DEPARTAMENTO ACADÊMICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

LUCILÉIA WILKE

**BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA UMA**  
**INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E SEUS *STAKEHOLDERS***

CACOAL / RO

2015

LUCILÉIA WILKE

**BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA UMA  
INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E SEUS *STAKEHOLDERS***

Artigo de Conclusão de Curso apresentado a  
Fundação Universidade Federal de Rondônia -  
UNIR- Câmpus Professor Francisco  
Gonçalves Quiles em Cacoal como requisito  
parcial para obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Ms. Simone Marçal  
Quintino.

Cacoal / RO

2015

Wilke, Luciléia.

W681b      Benefícios da responsabilidade social para uma instituição de ensino superior e seus *Stakeholders*/ Luciléia Wilke – Cacoal/RO: UNIR, 2015.  
65 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação).  
Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal.  
Orientadora: Prof. Ma. Simone Marçal Quintino.

1. Administração. 2. Responsabilidade social. 3. Instituição de Ensino Superior. 4. *Stakeholders*. I. Quintino, Simone Marçal. II. Universidade Federal de Rondônia – UNIR. III. Título.

CDU – 658

Catálogo na publicação: Leonel Gandi dos Santos – CRB11/753

**ATA DE DEFESA DO ARTIGO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – 24 DE JUNHO DE 2015.**

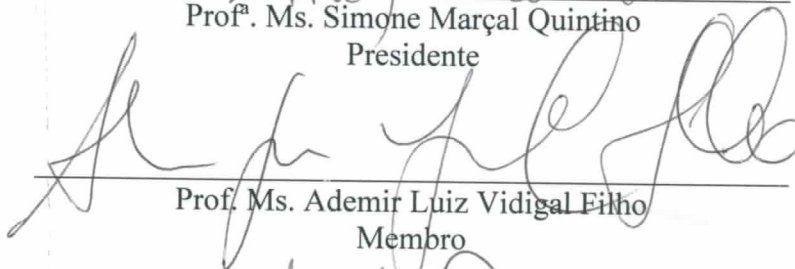
Aos 24 (vinte e quatro) dias do mês de junho de dois mil e quinze, reuniu-se na Sala 02 – Bloco B do Curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR, a banca constituída pelos Professores: Prof<sup>ª</sup>. Ms. Simone Marçal Quintino (presidente), Prof. Ms. Ademir Luiz Vidigal Filho (membro), e Prof. Ms. Joareis Fernandes de Azevedo (membro), para examinar o (a) candidato (a) **LUCILÉIA WILKE** na prova de defesa de seu Artigo de conclusão de curso intitulado: **BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E SEUS *STAKEHOLDERS***. O presidente da Comissão iniciou os trabalhos às 16:11 h, solicitando ao candidato que apresentasse resumidamente os principais aspectos de seu trabalho. Concluída a exposição, os examinadores arguíram alternadamente o candidato sobre os diversos aspectos do Trabalho. Após a arguição, a Comissão reuniu-se para avaliar o desempenho do (a) candidato (a), obtendo a nota final 90 noventa ). A ata segue assinada pelos membros da banca.

Cacoal / RO, 24 de Junho de 2015.

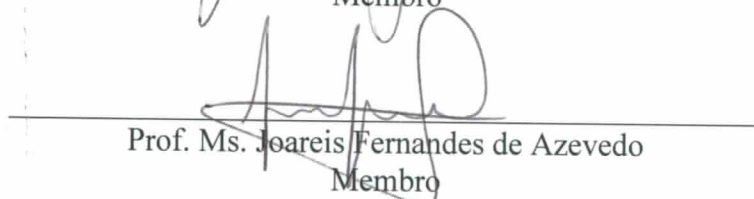
Banca Examinadora:



Prof<sup>ª</sup>. Ms. Simone Marçal Quintino  
Presidente



Prof. Ms. Ademir Luiz Vidigal Filho  
Membro



Prof. Ms. Joareis Fernandes de Azevedo  
Membro

Agradeço inicialmente a Deus, por ter me proporcionado oportunidade para concluir esse curso, o qual eu tanto almejei e pela força para superar as dificuldades em cada etapa dessa jornada.

Sou grata pelo meu amado esposo Wescler Fabem Coelho, meu sogro Eclair Coelho e minha sogra Feuza Fabem, minha mãe Luiza, meu pai Samuel, irmãs Rafaella e Gléssia e cunhadas Glauciane e Luciana por acreditar no meu potencial, não tenho palavras para expressar a satisfação, pela compreensão da minha ausência, pela falta de atenção ao longo desses quatro anos. E por cada dia vocês não me deixarem desistir em meio às dificuldades.

A todos os professores do curso de Administração que foram tão importantes na minha vida acadêmica e em especial a minha orientadora Simone Marçal Quintino que com muita dedicação, apoio, compreensão me conduziu no desenvolvimento deste Artigo de Conclusão de Curso.

A todos os meus amigos do Curso em especial a Ana Beatriz, Andréia, Micalister e Elenice, pois em todos os momentos do curso estiveram ao meu lado me apoiando, tanto nos momentos ruins como na perda do meu sogro, tia, avó e avô como nos momentos de alegria. Também as mulheres políticas participantes dessa pesquisa, que dispuseram do seu tempo para contribuir grandemente a esse estudo.

## BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E SEUS *STAKEHOLDERS*<sup>1</sup>

Luciléia Wilke<sup>2</sup>

**RESUMO:** A Responsabilidade social não compreende apenas contribuições financeiras a entidades sociais, mas também tem como intuito atender as necessidades e anseios de seus *stakeholders*. O presente artigo tem como objetivo analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para uma instituição de ensino superior e seus *stakeholders*. A pesquisa teve fins exploratórios e descritivos, com utilização do método dedutivo e abordagem qualitativa. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica e formulário estruturado conforme a Escala de Likert como instrumentos de coletas de dados. A pesquisa foi realizada em uma instituição de ensino superior privada localizada no município de Cacoal com os principais *stakeholders*: colaboradores, acadêmicos acionistas e comunidade local selecionados por conveniência. Os resultados demonstram que a instituição pratica diversas ações sociais, observando as quatro dimensões da responsabilidade social: econômica, ética, legal e filantrópica ou discricionária. Os resultados foram positivos para a faculdade, pois, notou-se que busca atender as necessidades e expectativas de seus *stakeholders*, não buscando somente proporcionar lucro para os sócios, porém existem alguns pontos negativos a serem superados. A dimensão da responsabilidade social mais evidenciada pelos *stakeholders* foi a filantrópica ou discricionária, devido aos investimentos e desenvolvimento de vários projetos sociais. Entretanto, sugere à organização maior divulgação, para que os mesmos sejam mais difundidos entre os membros da comunidade local, surtindo maiores efeitos tanto para a faculdade quanto para as pessoas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social. Instituição de Ensino Superior. *Stakeholders*. Dimensão Econômica. Dimensão Ética. Dimensão Legal. Dimensão Filantrópica.

## INTRODUÇÃO

Responsabilidade social tornou-se um tema debatido nos últimos anos, devido às questões sociais que ainda afligem diversas pessoas no país. As empresas estão deixando a visão de que o seu objetivo principal é gerar lucro para os sócios e passando a levar em consideração as necessidades e as expectativas dos seus *stakeholders*<sup>3</sup>. Responsabilidade social é um tema amplo que não significa somente realizar uma doação ou participar de uma obra de caridade. Diz respeito também a como as empresas se relacionam com os seus funcionários, clientes, acionistas, a comunidade local, dentre outros fatores que fazem parte

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado a Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, sob orientação da Profª Simone Marçal Quintino.

<sup>2</sup> Acadêmica do 8º período do Curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR, Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles. E-mail: wilke.lucileia@gmail.com

<sup>3</sup> Grupos que possuem algum interesse em determinada organização, sendo influenciados ou influenciando as atividades da mesma.

do cotidiano das empresas, o que corresponde à necessidade de incorporação no planejamento das organizações ações que visem assegurar melhorias na qualidade de vida dos seus diversos *stakeholders*.

Com base nisso, as organizações devem possuir um planejamento social contendo todas as ações que desejem implementar com a finalidade de melhorar a qualidade de vida dos seus *stakeholders*, ações que de alguma forma venham a minimizar ou extinguir as desigualdades sociais que permeiam o cotidiano de diversas pessoas, e ainda obter retornos empresariais, pois atender aos anseios e expectativas dos grupos que fazem parte da organização acarretará em benefícios para a instituição como um todo.

As organizações estão pouco a pouco deixando o papel de meras expectadoras em relação a questões sociais e se tornando agentes ativos na solução de diversos problemas de cunho social que ainda afligem diversas pessoas no país. É primordial que as organizações se atenham e trabalhem efetivamente para o bem estar de seus colaboradores, clientes, fornecedores, investidores e da comunidade, pois, o sucesso de uma empresa depende de tais públicos, sendo que responsabilidade social abrange o relacionamento com os clientes, a política da empresa para com seus funcionários, a questão ambiental, dentre outros aspectos.

O aumento das necessidades e dos problemas sociais como má distribuição de renda, degradação ambiental, entre outros, aliados as deficiências do Estado em supri-los, fez com que as empresas deixassem o papel de fornecedoras de bens e serviços e passassem a exercer papéis que vão além de suas atividades fins. As organizações deixaram o papel que antes se restringia apenas a agentes econômicos, passando também e exercerem o papel de agentes sociais na busca pela extinção dos problemas sociais (PINHEIRO, 2008).

Gomes (2003) ressalta em seu trabalho que as organizações na tentativa de diminuir as desigualdades sociais existentes e de sustentar o sistema econômico, estão passando a observar aspectos até então ignorados ou considerados pouco relevantes como as questões ambientais, a ética nos negócios e os interesses dos diversos públicos das empresas, com destaque para a comunidade na qual estão inseridas. Há a consolidação de um novo paradigma de gestão, onde a ética e a responsabilidade social tornaram-se estratégias essenciais na busca da aceitação social. De modo que as empresas que vinham adotando simplesmente o comportamento de agentes econômicos, estão adotando também a postura de

agentes sociais, visando sua contribuição efetiva na transformação e no desenvolvimento da sociedade em suas mais diversas dimensões.

A organização, objeto do estudo, é uma Instituição de Ensino Superior de Cacoal, que possui diferentes públicos que influenciam em suas ações e atitudes, bem como são influenciados pela mesma. Deste modo, a organização em questão deve se atentar para as necessidades e expectativas de tais públicos, pois o seu sucesso dependerá do seu relacionamento com estes. O estudo em questão teve como problema de pesquisa a seguinte indagação: *quais benefícios sociais e empresariais podem ser obtidos pela Instituição de Ensino Superior e seus stakeholders, quando se adota a prática constante da responsabilidade social?*

O objetivo geral foi o de analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para a Instituição de Ensino Superior e seus *stakeholders*. E, como objetivos específicos identificar as estratégias e/ou ações adotadas pela empresa em estudo quanto a prática da responsabilidade social; verificar como a prática da responsabilidade social pode contribuir para a empresa e seus *stakeholders*; verificar como a empresa em estudo gerencia as práticas de responsabilidade social adotadas e evidenciar quais das quatro dimensões da responsabilidade social tem maior ênfase pela Instituição de Ensino Superior, conforme a percepção dos seus *stakeholders*.

A pesquisa visou analisar o quanto uma organização pode melhorar a qualidade de vida dos diversos públicos que fazem parte do seu cotidiano, tendo em vista que muitas organizações dedicam parte do seu tempo e capital para obras e projetos sociais. A escolha do tema deu-se devido à necessidade de averiguar o quanto essas obras sociais, o quanto a dedicação e o comprometimento com o social, por parte de uma organização, em especial neste caso, uma Instituição de Ensino Superior, podem contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus funcionários, clientes, fornecedores, investidores e da comunidade da qual faz parte integrante.

O estudo é fundamental para a sociedade devido à atualidade do tema em questão, sendo que o mesmo apresenta inúmeros conceitos que serão discutidos ao longo do estudo a fim de esclarecimento de dúvidas a respeito do assunto. Para Gomes (2003), devido à complexidade do tema, bem como pelo mesmo ser recente, há inúmeras possibilidades de



pesquisa na área de responsabilidade social, havendo muitos pontos a serem discutidos, ressaltando-se inclusive, a dificuldade no estabelecimento de um consenso a respeito do conceito e da abrangência do tema em questão. Apesar de haver vasta literatura acerca do tema responsabilidade social, ainda existem lacunas em muitos pontos pertinentes. Diante do exposto, presumi-se que o presente estudo possa contribuir com as discussões na área e enriquecer o arcabouço literário existente sobre o assunto.

Acredita-se que o presente estudo possa influenciar positivamente na reflexão das organizações quanto a sua forma de relacionamento com os seus *stakeholders*, advindo possibilidades de aperfeiçoamento do comportamento da organização em relação aos diversos públicos que fazem parte da organização, contribuindo assim, por meio de ações efetivas, para o bem estar social de seus *stakeholders* e, conseqüentemente, melhorando a gestão e o desempenho da organização como um todo.

A pesquisa fora realizada em uma Instituição de Ensino Superior localizada no Município de Cacoal, Estado de Rondônia, junto aos acionistas, acadêmicos, colaboradores e pessoas que fazem parte da comunidade local. O artigo está estruturado em três capítulos sendo a Fundamentação Teórica, Metodologia e Resultados e Análise dos Dados, além de apresentar as Considerações Finais, Referências, Anexos e Apêndices.

## **1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Neste tópico serão apresentados as principais definições e conceitos que englobam a responsabilidade social, sua gestão e benefícios que podem advir à organização que possui responsabilidade social em suas ações diárias, bem como benefícios alcançados, por conseguinte, pelos *stakeholders* envolvidos.

### **1.1 AMPLITUDE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

As organizações estão incorporando aos poucos em seu planejamento a prática da responsabilidade social. Em virtude da novidade do assunto há várias controvérsias e interpretações acerca do tema em questão, o que pode acarretar prejuízos na interpretação correta do conceito, prejudicando, inclusive, a implementação dessa ideia nas empresas. Para Reis (2007), o movimento da responsabilidade social é composto por ambiguidades e

controvérsias que, somadas as discussões acerca da situação de boa parte da população, tornam a responsabilidade social das empresas um desafio ainda maior.

Torna-se difícil para as organizações a prática da responsabilidade social devido à amplitude do tema e as controvérsias existentes, bem como a novidade do assunto, pois, o tema é bem recente na história, fato que agrava ainda mais a correta interpretação do que seja realmente a responsabilidade social das empresas. Formentini (2006) destaca que os conceitos e as práticas de responsabilidade social são altamente complexos e dinâmicos, sendo entendidos e interpretados de maneiras distintas em função dos contextos em que se inserem. Sendo de suma importância duas situações, as quais dizem respeito à novidade do assunto, bem como a amplitude e natureza do tema. Trata-se de um conceito ainda novo, visto que passou a ser utilizado de forma mais efetiva pelas empresas brasileiras há pouco mais de dez anos, o que faz com que o tema careça de um aprofundamento teórico. Há pontos relevantes sobre o assunto que ainda não foram discutidos de forma aprofundada, não havendo consenso em torno da definição do conceito de responsabilidade social.

Vieira (2007) relata que uma das consequências mais negativas da pluralidade de conceitos acerca do tema responsabilidade social foi à distorção e a manipulação voluntária, por parte de alguns grupos de interesse, do significado do termo, em sua essência.

Uma confusão cometida acerca da responsabilidade social é a utilização do termo filantropia como tivesse o mesmo significado de responsabilidade social, sendo que responsabilidade social e filantropia são dois conceitos com diferenças em seus significados reais. Segundo Santos (2003, p.20) “filantropia é uma ação de caridade dirigida à comunidade, desvinculada ao planejamento estratégico da empresa”. Ou seja, a empresa não necessita incluir em seu planejamento estratégico ações filantrópicas, devido ao seu caráter esporádico. A responsabilidade social difere da filantropia, pois, a filantropia é basicamente uma ação social, nada dizendo sobre a visão da empresa e o seu planejamento estratégico de atuação social. Filantropia são ações esporádicas, doações ou outros gestos de caridade desvinculados da estratégia empresarial das empresas.

Muitas empresas também podem utilizar o conceito de responsabilidade social empresarial para obter vantagens pessoais, não sendo contemplados os *stakeholders* das organizações. Sousa (2010) evidencia que a responsabilidade social empresarial é um tema

recente, sendo o mesmo inacabado e polêmico entre os diversos autores que tratam do assunto, fato que leva a existência de várias expressões que muitas vezes expressam sinônimos ou diferenças, como filantropia empresarial, cidadania empresarial, responsabilidade social corporativa, responsabilidade social empresarial, dentre outros.

Diante disso, as empresas devem buscar adquirir conhecimento aprofundado a respeito do assunto antes de elaborar o planejamento das ações sociais a serem implementadas, para que não ocorra a utilização errônea do termo e nem a sua função essencial manipulada de forma que não atenda todos os públicos da empresa.

## 1.2 EVOLUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Pontes (2011) destaca que a origem da responsabilidade social ocorreu nos Estados Unidos, no início do século XX, devido ao surgimento das ciências administrativas, provocando assim uma série de debates acerca da responsabilidade social das empresas. Segundo a autora, os textos da época estão centralizados na responsabilidade da empresa para com os indivíduos. As ciências administrativas possibilitaram o surgimento das discussões a respeito da responsabilidade social das empresas.

O movimento da responsabilidade social teve sua projeção nos Estados Unidos e Europa em meados dos anos 60, passando a ser assunto nas reuniões dos empresários brasileiros, com maior visibilidade, ao longo dos anos 90, incentivado, principalmente pelos direitos conquistados com a Constituição de 1988. Dos anos de 1990 adiante é que o tema responsabilidade social passou a fazer parte do cotidiano das empresas que foram, aos poucos, aderindo a sua prática, tendo em vista que muitas empresas ainda hoje não utilizam a prática social para o melhoramento da qualidade de vida de seus *stakeholders* (REIS, 2007).

Pontes (2011) acrescenta que entre 1960 a 1980, houve a segunda fase da responsabilidade social, que foi desenvolvida diante de muitas turbulências sociais. Contexto que fez com que surgissem os movimentos sociais, pressionando as empresas quanto à poluição causada pelo processo produtivo; a sociedade quanto ao consumo exagerado de produtos e serviços, bem como pressionando o governo e as empresas pelo desemprego. A partir do ano de 1970 o foco central do debate acerca da responsabilidade social passou a ser a economia, tendo em vista a política e os limites do crescimento, passando a ser cobrado das

organizações, atitudes mais amplas, que não visassem apenas à rentabilidade das empresas. Em fins dos 70, surgiu o conceito de responsabilidade social empresarial ou corporativa, apontando para a mudança da responsabilidade social com perspectiva individual para organizacional. As organizações passaram a olhar para os inúmeros problemas sociais existentes e que afligem muitas pessoas, passando assim a buscar atender aos anseios e expectativas da população.

Bertoncello e Chang Júnior (2007) destacam que as relações sociais entre as empresas e a sociedade evoluem conforme as mudanças sociais e as consequentes expectativas da sociedade. As mudanças ocorridas no século XXI levaram a transformação do contrato social existente entre as empresas e a sociedade, sendo que as organizações passaram a entender que era preciso assumir responsabilidade a fim de atender as novas exigências e desta forma passaram a questionar o seu posicionamento diante disso.

Os autores salientam que a teoria da responsabilidade social surgiu na década de 1950, sendo que na década de 1960 várias obras a respeito do tema são publicadas, fato que acarreta o alastramento das discussões acerca da responsabilidade social. Nesta fase predomina a visão de que a responsabilidade das empresas vai além de maximizar lucro, incorporando-se a esta a visão da necessidade de uma postura pública perante os recursos econômicos e humanos da sociedade e a vontade de ver esses recursos utilizados com finalidades sociais mais amplas.

A responsabilidade social das empresas, a partir dos anos 1970, passou a fazer parte do debate público acerca dos problemas sociais tais como pobreza, desemprego, distribuição de renda, poluição, entre outros, o que gerou o envolvimento das organizações com os movimentos ambientais, preocupação com a segurança do trabalho e regulamentação governamental. As empresas passaram a trabalhar pela melhoria da qualidade de vida dos seus *stakeholders*, visando o enfrentamento dos problemas de cunho social (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007).

Rico (2004) evidencia que a partir do processo de transição democrática ocorrido nos anos 70 e principalmente nos anos 80 é que pode identificar uma ação social empresarial com o intuito de participação no desenvolvimento social do país. Observa-se que o tema responsabilidade social ainda é recente na história, mais que vem sendo focado de forma

crescente em virtude dos problemas sociais enfrentados e a consequente exigência de mudança do modo tradicional de administração das organizações.

### 1.3 CONCEITUAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Responsabilidade social é um tema amplo, mas pode ser simplesmente definido como a preocupação das empresas em atender as expectativas dos seus *stakeholders*. Young (2005) ressalta que a responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com os seus diversos públicos e pelo estabelecimento de metas empresariais que sejam compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando-se assim, os recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. O verdadeiro significado de responsabilidade social da empresa estende-se a diversos atores situados ao longo da cadeia de valor e associa a responsabilidade social empresarial aos conceitos de ética, governança corporativa, cidadania empresarial e gestão estratégica, bem como a ecologia.

A responsabilidade social é uma nova cultura de gestão empresarial que surge frente aos desafios impostos pelo desenvolvimento sustentável. A empresa deve observar tudo o que ocorre ao seu redor para definir os problemas que dizem respeito aos seus públicos, mantendo a ética nos negócios e demonstrando clareza em suas ações (YOUNG, 2005).

O Instituto Ethos (2013) destaca que a adoção de uma gestão socialmente responsável implica na organização atuar de forma a trazer benefícios para a sociedade, proporcionar a realização profissional dos empregados e promover benefícios para os seus parceiros e para o meio ambiente sem, contudo, deixar de lado o retorno para os seus investidores. Observa-se que uma empresa socialmente responsável deve atuar visando benefícios para diversos públicos que fazem parte da organização, não podendo esquecer-se da geração de lucro para os seus investidores. Uma organização com atuação cidadã verdadeiramente responsável deve considerar o envolvimento e os impactos das suas atividades sobre todos aqueles com os quais a mesma se relaciona como funcionários e suas famílias, clientes, fornecedores, o governo e a comunidade local, entre muitos outros *stakeholders*. Uma atuação socialmente responsável pode acarretar em benefícios para a empresa e seus *stakeholders*.

A responsabilidade social das empresas pode ser compreendida como o compromisso que a organização deve ter com a sociedade por meio de atos e atitudes que a afetem de forma positiva, com ações proativas e que sejam coerentes ao papel que desempenha na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. Assim, a empresa assume as obrigações impostas por lei, bem como outras de caráter moral, mesmo que não estejam vinculadas às suas atividades, mas que contribuam para o desenvolvimento sustentável da população. Sendo assim, a responsabilidade social pode ser entendida como toda e qualquer ação que contribua para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. As ações da empresa socialmente responsável visam o desenvolvimento sustentável dos diversos grupos que fazem parte do cotidiano das organizações (ASHLEY *apud* LEMOS; ROCHA, 2011).

Para Rico (2004) segundo a compreensão dos institutos, fundações, associações empresariais que vêm buscando uma gestão socialmente responsável nos negócios, a responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir as suas ações baseadas em valores éticos, visando integrar todos os protagonistas de suas relações, tanto o seu público externo sendo os clientes, fornecedores, consumidores, comunidade local e o governo, quanto o seu público interno sendo a direção, gerência e funcionários, ou seja, todos os grupos que são diretamente ou não afetados pelas suas atividades, contribuindo desta forma, para a construção de uma sociedade que possa promover a igualdade de oportunidades e a inclusão social no país.

A adoção de um comportamento socialmente responsável pelas empresas torna as mesmas poderosos agentes de mudança ao assumirem parcerias com o Estado e a sociedade civil, objetivando a construção de um mundo mais próspero e socialmente mais justo. As empresas juntamente com o Estado têm uma grande capacidade no que diz respeito ao enfrentamento dos problemas de ordem social, sendo que as suas ações podem colaborar para o alcance de um mundo melhor (RICO, 2004).

Young (2005) evidencia que as empresas são poderosos agentes de transformação quando adotam uma postura socialmente responsável podendo construir com o Estado e a sociedade civil um país melhor, abrindo perspectivas de maior sucesso empresarial, tornando-se mais eficientes e capazes de influenciar políticas públicas que possam favorecer as pessoas e as comunidades. Não se pode esperar que o Estado venha a resolver todos os problemas sociais do país, as empresas sendo detentoras de grande capital financeiro, também podem

contribuir com ações para proporcionar um desenvolvimento sustentável pela sociedade. As organizações, em muitos casos, estão mais próximas da comunidade local, fazendo parte da vida diária de muitos *stakeholders*. Desta forma, elas podem conhecer mais facilmente a comunidade e os seus problemas e de algum modo melhorar a qualidade de vida de tais públicos.

Agir com responsabilidade social é buscar ou alcançar o desenvolvimento sustentável ou a sustentabilidade de uma sociedade, respeitando os direitos humanos, tendo uma relação ética com todos os *stakeholders* envolvidos, abolir a corrupção das ações diárias, trabalhar levando em consideração a saúde e segurança nas relações de trabalho e ser também preciso e transparente nas informações repassadas aos acionistas. São exemplos de maneiras de promoção e de disseminação da responsabilidade social como um instrumento de mudança das empresas. A empresa socialmente responsável deve respeitar sempre os direitos humanos, tendo sempre em vista uma relação ética com todos os públicos da empresa. Ser transparente em suas ações e não deixar se corromper (MAESTRI, 2011).

Para agir socialmente as empresas devem assumir posições de agentes transformadores da sociedade, assumindo papéis para coibir ações que venham a prejudicar os seus *stakeholders*. A responsabilidade social deve ir além de uma mera campanha filantrópica ou de apoio, ela deve transparecer os seus valores e os seus princípios em benefício do bem estar da sociedade, bem como a possibilidade de crescer, visando proporcionar a todos os públicos com os quais a mesma se relaciona uma existência digna (VAL JÚNIOR; GESTEIRO, 2004). Ou seja, as empresas devem buscar o seu desenvolvimento de forma que venha a obter lucro, mas nunca esquecer de atender aos diversos públicos que influenciam e são influenciados pela organização.

#### 1.4 AS DIMENSÕES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social encontra-se dividida em quatro dimensões que envolvem conceitos em torno do tema. De acordo com Ferrel (*apud* SILVA, 2010) existem quatro dimensões acerca da responsabilidade social das empresas as quais são: dimensão ética, dimensão econômica, dimensão legal e dimensão filantrópica. A dimensão ética diz respeito a seguir os padrões éticos de conduta definidos pelos *stakeholders*. A dimensão econômica refere-se à maximização da riqueza para os *stakeholders*, tendo em vista a geração de lucro

para os sócios da empresa, benefícios para os funcionários e desenvolvimento para a comunidade, mudando deste modo à percepção dos empresários, que antes estavam acostumados a beneficiar apenas os gestores e os acionistas da organização. A visão principal era a de gerar lucro e benefícios para os sócios e administradores da empresa, a partir de tal dimensão passa-se também a observar os diversos *stakeholders* envolvidos.

A dimensão legal refere-se ao cumprimento das leis e das obrigações impostas pelo Estado, em conformidade com o ramo de atuação de cada empresa. Para operar em determinada região a empresa deve acatar o poder legal estabelecido. Em contrapartida ao direito de atuação no local, espera-se da organização o cumprimento de seus deveres junto ao Estado e a sociedade. A dimensão filantrópica é basicamente restituir a sociedade o que foi retirado dela. Se a empresa atua em determinada localidade explorando recursos oriundos da região como mão-de-obra, infraestrutura e matéria-prima é perfeitamente justificável a sua atuação em projetos que visem melhorias no ambiente social (FERREL *apud* SILVA, 2010).

As quatro dimensões contemplam os diversos públicos da empresa, seguindo padrões éticos impostos pela sociedade, a geração de lucro para os sócios e demais atitudes que venham a ser necessárias para o sucesso da organização. Conforme Macêdo (2006) a responsabilidade social econômica das empresas é produzir os bens e os serviços de que a sociedade necessita, ampliando o lucro dos acionistas e proprietários da empresa.

A responsabilidade legal implica no cumprimento do ordenamento jurídico estabelecido, já a responsabilidade ética refere-se não somente ao cumprimento de normas estabelecidas em lei, mas consideradas de importância para a sociedade. A responsabilidade discricionária (filantrópica) trata-se de uma ação de livre escolha das empresas e que tenha a finalidade de promover o bem estar da comunidade. As empresas que possuem a prática constante da responsabilidade social devem buscar as quatro dimensões para o alcance de seus objetivos sociais (REIS, 2007).

Reis (2007) estabeleceu um modelo de responsabilidade social envolvendo quatro dimensões sendo a dimensão ética, a dimensão legal, a dimensão filantrópica e a dimensão econômica, as quais representam, segundo o autor, as expectativas da sociedade. Uma organização centralizada na dimensão econômica assume a responsabilidade de produzir e de ser lucrativa, não somente para os sócios ou acionistas, mas também assume a



responsabilidade de produzir e de ser lucrativa para a comunidade. Os sócios obterão retorno sobre os seus investimentos, a sociedade obterá retorno mediante a oferta de bens e de serviços.

A dimensão ética, segundo Reis (2007) é a que regula e define as normas e os princípios, as formas de condutas aceitáveis, códigos existentes entre a organização e os órgãos regulamentadores, seus concorrentes e a própria organização. A dimensão legal define o que é certo e o que é errado, determinando deste modo, a vida em sociedade. Já a dimensão filantrópica está ligada a ações que visem assegurar melhor qualidade de vida, não de forma esporádica ou isoladamente, mas sim interligada as demais dimensões, com vistas na efetivação do exercício social.

Lourenço e Schroder (2002) destacam que o modelo de Carrol apresenta quatro tipos de responsabilidade social: econômica, ética, legal e filantrópica ou discricionária:

**a) Responsabilidade econômica:** significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita a preços que garantam a continuidade das atividades da empresa, satisfazendo as suas obrigações para com os seus investidores, maximizando lucro para os acionistas ou proprietários da empresa.

**b) Responsabilidade legal:** define o que a sociedade considera legal referente às atividades e ao comportamento da empresa. Espera-se que a organização atenda as metas financeiras dentro dos padrões e exigências legais impostas pelos conselhos locais, assembleias legislativas estaduais, bem como agências de regulamentação do governo federal. O que se espera, no mínimo, é que as organizações cumpram as leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários.

**c) Responsabilidade ética:** refere-se aos padrões de comportamento esperados pela sociedade, que não estejam necessariamente impostos em lei e que não podem servir aos interesses econômicos da empresa. Para agir com ética a organização deve tomar as suas decisões pautadas na equidade, justiça e imparcialidade, respeitando ainda os direitos individuais. Comportamentos antiéticos que permitam agir obtendo ganhos a custa da sociedade devem ser eliminados.

**d) Responsabilidade filantrópica ou discricionária:** refere-se à realização de doações a obras beneficentes, contribuir de forma financeira com projetos comunitários ou com instituições de caridade que não ofereçam retornos para a empresa e que nem mesmo sejam esperados.

Para Lourenço e Schroder (2002), a gestão tem como responsabilidade para com os sócios a utilização dos recursos do negócio visando à obtenção de lucro para os acionistas dentro das restrições legais impostas pela sociedade, além de revelar a forma de utilização de tais recursos e os resultados alcançados. Em relação aos colaboradores, o mínimo que se espera da organização é que cumpra as obrigações impostas por lei no diz respeito aos seus funcionários. Entretanto, a organização pode também investir no desenvolvimento pessoal e individual de seus colaboradores, na melhoria de suas condições de trabalho, no relacionamento interno e incentivar a participação dos empregados nas atividades da empresa, respeitando sempre as crenças, a cultura e os valores de cada um.

Relativo aos clientes as empresas devem oferecer e investir em mecanismos para a melhoria da confiabilidade, eficiência e segurança dos seus produtos e serviços, de forma a minimizar os riscos e danos a saúde que estes possam causar aos consumidores e sociedade. Quanto à sociedade a organização pode investir na comunidade por meio de projetos sociais promovidos por organizações comunitárias, dentre outros (LOURENÇO; SCHRODER, 2002).

### 1.5 BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A ORGANIZAÇÃO E SEUS *STAKEHOLDERS*

A prática da responsabilidade social pelas organizações pode contribuir para o bem estar dos *stakeholders*, como também proporcionar inúmeros benefícios para a empresa que adere a essa prática. Os principais *stakeholders* das organizações geralmente são os consumidores, os funcionários, os fornecedores, os acionistas e a comunidade. Também podem ser considerados *stakeholders* das empresas, num segundo plano, o Governo, as organizações não governamentais, a imprensa, os concorrentes e os grupos de defesa dos direitos dos consumidores (DELGADO, 2011).

Para Val Júnior e Gesteiro (2004), a responsabilidade social pode proporcionar a empresa vantagem competitiva devido à credibilidade conquistada perante a sociedade. A prática da responsabilidade social favorece a imagem das empresas, gerando um diferencial competitivo no mundo globalizado. Proporciona a criação de uma visão positiva da empresa, uma vez que, a mesma passa a satisfazer não só os acionistas, mas também, principalmente, os consumidores. Há também a geração de mídia espontânea com a formação de um mercado

futuro, pois quando se contribui para o desenvolvimento da comunidade, está se formando também futuros mercados consumidores. Oferecer mais que as obrigações, conquista e fideliza os clientes.

Quando a empresa valoriza os seus profissionais, eles também, consequentemente, a valorizam também, respeitando e tendo claro os objetivos da empresa e fazendo o máximo para atingi-los. Há também menos controles e auditorias de órgãos fiscalizadores externos. Uma empresa socialmente responsável atrai mais investidores individuais e institucionais, pois os mesmos percebem que investir em uma empresa atenta para a questão social fornece retorno garantido, tendo em vista que há a dedução fiscal, onde as empresas podem abater do imposto de renda o valor utilizado em atividades sociais (VAL JÚNIOR; GESTEIRO, 2004).

Empresas que investem no social modificam o seu próprio conceito, pois melhoram de forma significativa a qualidade de vida de seus funcionários, apresentam maior produtividade, melhor acesso a capitais, devido ao crescente apoio dos investidores. A responsabilidade resgata a função social da empresa, tendo como objetivo maior a promoção do bem estar nas relações dos diferentes públicos da organização, mediante práticas que respeitem as pessoas, a comunidade e o meio ambiente, construindo desta forma, uma sociedade mais justa e em termos de qualidade uma sociedade melhor para o ser humano viver, com atividades mais condizentes com os ditames legais e sociais já deliberados em nossa comunidade (VAL JÚNIOR; GESTEIRO, 2004).

A prática da responsabilidade social, segundo Formentini (2006), protege e fortalece a imagem da empresa, proporcionando maior credibilidade e legitimidade à organização. A necessidade que as empresas têm de buscarem possuir uma imagem empresarial socialmente responsável fez com que estudassem formas de melhorar seu relacionamento com o meio ambiente e a sociedade, contribuindo desta forma para o desenvolvimento social e econômico, do qual depende a sua sobrevivência.

As empresas com a prática da responsabilidade social podem melhorar a imagem da organização perante a sociedade e demais públicos que fazem parte da organização, o que atrairá novos clientes, novos investidores, incentivos e maior visibilidade no mercado. Clientes podem optar por adquirir um produto ou serviço em uma empresa socialmente responsável, ao invés de uma empresa que não se atenta para essa questão. Pode ser um

diferencial de mercado, fazendo com que a empresa socialmente responsável se destaque em relação a outras empresas.

Medina e Ribeiro (2008) apontam que as empresas que investem na área social ganham maior respeito e reputação perante a sociedade, sendo que essas empresas têm maior sucesso financeiro, bem como são mais bem sucedidas ao recrutarem os seus funcionários. A causa social cativa e envolve muitas pessoas, por isso as empresas socialmente responsáveis são mais bem sucedidas quanto à imagem empresarial, pois passam para as pessoas a ideia de que também se preocupam com os problemas sociais enfrentados e que consideram os seus *stakeholders* como fator essencial para o seu sucesso.

## 1.6 GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Cabe às organizações a identificação dos seus diferentes *stakeholders* e a elaboração de uma estratégia social para colocar em prática o plano social da empresa e administrá-lo posteriormente de forma que realmente as ações empresariais possam proporcionar os meios e a obtenção dos benefícios advindos pela prática social, tanto para os *stakeholders*, quanto para a própria empresa.

Reis (2007) comenta que um dos maiores desafios das empresas na área social é incorporar a responsabilidade social no planejamento e no orçamento das ações da organização. Segundo o autor é insignificante a porcentagem de empresas em que a ação social não está inclusa no setor de RH, não fazendo então parte do planejamento e da cultura da empresa, não tendo também orçamento previsto e planejamento compartilhado com os demais setores da empresa. Entende-se então que a prática da responsabilidade social deve ser uma ação planejada, dispondo de orçamento e de dedicação da diretoria e de todos os demais funcionários da empresa para que realmente ela seja implementada, crie raízes e produza frutos para os seus *stakeholders* e para a organização praticante.

Para Lemos e Rocha (2011) na gestão de uma empresa socialmente responsável devem ser considerados o governo, os fornecedores, a comunidade, os concorrentes e as organizações não-governamentais, além dos proprietários e consumidores, os chamados *stakeholders*, ou seja, são os diferentes públicos que fazem parte do cotidiano das empresas, influenciando e sendo influenciados. Sendo assim, a empresa tem como missão identificar os

seus *stakeholders*, bem como os seus interesses, com a finalidade de traçar as estratégias e as políticas organizacionais, de modo que haja a conciliação dos interesses e das prioridades, promovendo um modelo de gestão responsável.

A gestão empresarial que tenha foco somente nos interesses dos acionistas vem se mostrando insuficiente, havendo assim, a necessidade de uma gestão que centralize nos interesses e contribuições dos *stakeholders* (LEMOS; ROCHA, 2011). A empresa precisa elaborar um planejamento das ações sociais que deseja implementar e viabilizar meios para que os diversos setores da organização contribuam para o alcance dos objetivos sociais.

Segundo Pinheiro (2008) devem estar incluídos na missão, valores e crenças das empresas os princípios de responsabilidade social para que a empresa possa assumir as responsabilidades das consequências de suas atividades e operações. Sendo de fundamental importância para que o processo de adoção das práticas de responsabilidade social faça realmente parte da cultura da organização o envolvimento da alta direção. Sem o apoio da alta direção as práticas de responsabilidade social são difundidas na organização, mas, as mesmas não se enraízam. Além do envolvimento da direção é primordial também que se conheça o próprio negócio, pois certos fatores direcionarão as ações de responsabilidade social a serem implementadas pela empresa, tais como: setor de atividade da empresa; porte da empresa; natureza da atividade; localização da empresa; perfil dos clientes; a origem do capital. Esses fatores servem de orientação para as ações sociais a serem desenvolvidas.

É fundamental que todos os setores da organização sejam engajados nas causas sociais para efetivação do projeto, principalmente a alta direção, pois, suas atitudes influenciam os demais departamentos da empresa. Uma vertente bastante interessante a ser considerada pela organização é o desenvolvimento de projetos internos que tenham a participação e o envolvimento dos funcionários da empresa em ações sociais voluntárias. Essa iniciativa demanda muitos esforços para ser implementada, pois, a empresa tem que convencer a diretoria dos benefícios de se conceder um tempo livre para os seus funcionários para a prática de ações voluntárias, sendo que estes têm que ser engajados, treinados e posteriormente avaliadas as suas ações (MEDINA; RIBEIRO, 2008).

Muitas empresas trabalham com sucesso por meio de fundações privadas, associações culturais e artísticas, organizações não governamentais e outras entidades afins.

Empresas que desempenham o seu papel social trabalham por meio de estruturas organizacionais diversificadas, e ao modo de cada uma, realizam projetos dos quais emanam resultados satisfatórios para a comunidade. Medina e Ribeiro (2008) citam em sua obra alguns bons exemplos de empresas que trabalham com ações sociais como a Associação Viva o Centro, que é uma instituição não governamental criada e mantida por um grupo de associados e que tem como objetivo a revitalização da área central da cidade de São Paulo/SP. Outra fundação citada pelos autores é a Fundação Orsa, mantida pelo Grupo Orsa, que destina aproximadamente 1% (um por cento) do seu faturamento anual bruto para projetos de cunho social. Essa entidade tem como objetivo promover a formação de menores carentes.

Existem inúmeros casos de empresas que investem e trabalham com o social, seja por meio de doações, de campanhas de conscientização, implementação de projetos para a melhoria da qualidade de vida de seus *stakeholders*, ou, outras formas de se manifestar socialmente responsável, engajadas em diversas causas sociais, todas com o intuito de minimizar ou extinguir totalmente diversos problemas sociais que, infelizmente, ainda permeiam o cotidiano das pessoas.

As empresas devem estabelecer um foco quando se organizam para realizar um trabalho social para que as ações não se desvinculem da identificação organizacional nem dos seus executores, o que pode ser entendido como um simples patrocínio, sendo deste modo desvirtuado o verdadeiro sentido da responsabilidade social. Foco é parte do modelo de gestão e a responsabilidade social não deve ser levada a parte desse modelo de gestão, deve ser a sua extensão (LUCCA, 2004).

É imprescindível que as organizações planejem as suas ações sociais e consigam incorporá-las a todos os setores da empresa, fazendo com que todos se engajem na causa, principalmente os setores de direção, para que a empresa possa implementar uma gestão social efetiva. Estabelecer um foco e traçar os caminhos necessários para o alcance dos objetivos sociais definidos e assim proporcionar a conquista de benefícios para os *stakeholders* envolvidos.

## **2 METODOLOGIA**

A pesquisa fora realizada em uma Instituição de Ensino Superior localizada no

Município de Cacoal, Estado de Rondônia. A instituição é uma Entidade Jurídica de Direito Privado com fins lucrativos e com administração composta por órgãos deliberativos, normativos, executivos, assessoria e apoio. A instituição iniciou suas atividades a cerca de treze anos e conta com estrutura física sólida e com profissionais de elevada competência e altos padrões de qualidade. Atende universitários de Cacoal e de diversos municípios de Rondônia, além de acadêmicos vindos de outros estados do país. A pesquisa fora feita na sede da instituição.

A pesquisa teve fins exploratórios e descritivos, pois, de acordo com Vergara (2010, p.42), a pesquisa exploratória é “realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado e ainda que a “pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”. O método utilizado foi o dedutivo por ter “projeções enfocadas na situação geral para explicar as particularidades e chegar à conclusão da afirmativa” (SANTOS, 2000, p.166).

Quanto a abordagem, a pesquisa é qualitativa que conforme Michel (2010, p.33), “fundamenta-se na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais, na co-participação das situações dos informantes, analisados a partir da significação que estes dão aos seus atos”.

Fora procedida pesquisa bibliográfica que, segundo Santos (2000) é feita com base em documentos já elaborados, tais como livros, dicionários, enciclopédias, periódicos, como jornais e revistas, além de publicações, como comunicação e artigos científicos, resenha e ensaios críticos. Fez-se uma criteriosa pesquisa bibliográfica utilizando-se de livros, artigos, dissertações de mestrado e teses de doutorado, com o objetivo de evidenciar a amplitude e a evolução, bem como conceituar responsabilidade social. A pesquisa bibliográfica teve como objetivo evidenciar as dimensões da responsabilidade social, identificar alguns dos benefícios da prática e ainda expor sobre a gestão da responsabilidade social nas organizações.

Após a pesquisa bibliográfica procedeu-se a coleta de dados e utilizou-se como instrumento de pesquisa formulário estruturado conforme a Escala de Likert (APÊNDICE A, B, C e D) contendo perguntas abertas e fechadas, com o objetivo de levantar a percepção dos participantes quanto aos benefícios advindos das práticas de Responsabilidade Social utilizadas pela instituição. Utilizou-se a Escala de Likert, pois o formulário apresentou várias

assertivas sobre o assunto, desta forma, os participantes não só respondem se concordam ou não com as assertivas, mas também informam o grau de concordância ou discordância (OLIVEIRA, 2001).

Os formulários foram aplicados entre os meses de março e maio de 2015 junto aos participantes, de acordo com as datas e horários estabelecidos pela instituição levando em consideração a disponibilidade de atendimento de forma a não prejudicar o andamento das atividades, tanto administrativas como acadêmicas. A aplicação da coleta de dados junto aos colaboradores, acadêmicos e acionistas se deu em vários setores da empresa, bem como em diversos cursos e em dias aleatórios, nos períodos vespertinos e noturnos, pois esses são os turnos de trabalho e de ofertas dos cursos. É importante ressaltar também que a aplicação dos formulários para a comunidade local se deu em vários pontos da cidade de Cacoal, em dias e horários diferenciados para que obtivesse a participação variada de pessoas. Destaca-se que antes da aplicação do formulário, foi aplicado um pré-teste em outra instituição para validação do roteiro.

Participaram da pesquisa os diversos *stakeholders* que estão diretamente envolvidos com a instituição de ensino, sendo: 45 membros da comunidade, 44 colaboradores, 47 acadêmicos da instituição e um acionista. Todos foram selecionados por conveniência do pesquisador. Quanto aos acionistas da instituição buscou-se a participação de todos os nove mantenedores, entretanto, apenas um aceitou responder o formulário. O quantitativo de sujeitos foi estabelecido por meio da amostragem por saturação, tendo em vista que a mesma é utilizada com frequência nos relatórios de pesquisas qualitativas em diversas áreas de atuação.

A amostragem por saturação é empregada para o fechamento ou final de uma amostra, interrompendo a busca de novos participantes. Saturação da amostra pode ser definida como a suspensão da inclusão de novos participantes na pesquisa, haja vista que a entrada de novos participantes nada terá a acrescentar à coleta de dados, devido o fato de que as informações fornecidas pelos entrevistados passam a serem redundantes e repetitivas, nada havendo mais a contribuir com a coleta de informações (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008).

Após a coleta de dados, estes foram tratados, codificados e apresentados com auxílio das ferramentas *Word* e *Excel*, utilizando-se de gráficos e de quadros, com a finalidade de



facilitar o entendimento dos resultados alcançados pela pesquisa em questão, levando em consideração as especificidades de cada ferramenta exposta. Os dados foram analisados conforme Análise de Conteúdo que conforme Silva (2006, p.67) “permite analisar o conteúdo de livros, revistas, jornais, discursos, películas cinematográficas, propagandas de rádio e televisão, slogans etc. Ela também pode ser aplicada a documentos pessoais como discursos, diários, textos etc.” Utilizou-se a triangulação, pois, Neves (1996, p.2) traz que “pode estabelecer ligações entre descobertas obtidas por diferentes fontes, ilustrá-las e torná-las mais compreensíveis; pode também conduzir a paradoxos, dando novas direções ao problemas a serem pesquisados”.

A pesquisa transcorreu levando-se em consideração os aspectos éticos fundamentais, não sendo expostos os nomes de quaisquer dos participantes, sendo que todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO A) e foram codificados.

O artigo foi estruturado conforme o Manual do Artigo Científico do Curso de Administração da UNIR em Cacoal (SILVA; TORRES NETO; QUINTINO, 2010). E a pesquisadora assinou o Termo de Responsabilidade (ANEXO B) em que isenta completamente a Fundação Universidade Federal de Rondônia – Câmpus Professor Francisco Gonçalves Quiles em Cacoal, o orientador e os professores indicados para comporem o ato de defesa presencial, de toda e qualquer responsabilidade pelo conteúdo e ideias expressas no presente trabalho de conclusão de curso.

### **3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS**

Neste capítulo serão apresentados os principais resultados obtidos com a pesquisa aplicada na instituição de ensino superior, envolvendo as dimensões da responsabilidade social e os respectivos *stakeholders*.

#### **3.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA**

A acionista que respondera ao formulário é uma senhora com idade superior a cinquenta e quatro anos, graduada em pedagogia e psicologia, com curso de pós-graduação e atua na instituição em período superior a dez anos.

Referente aos demais *stakeholders* (membros da comunidade, colaboradores e acadêmicos) o Quadro 01 apresentará os respectivos perfis, abordando gênero, idade, escolaridade e renda mensal.

**Quadro 01:** Perfil dos *stakeholders*: comunidade, colaboradores e acadêmicos.

Gênero		Comunidade	Colaboradores	Acadêmicos
	Masculino	20,00%	22,73%	34,0%
	Feminino	80,00%	77,27%	66,0%
Idade				
	18 a 22 anos	17,78%	15,91%	61,70%
	23 a 27 anos	24,44%	54,55%	34,04%
	28 a 32 anos	6,67%	13,64%	2,13%
	33 a 37 anos	11,11%	6,82%	-
	38 a 42 anos	8,89%	4,55%	2,13%
	43 a 47 anos	6,67%	-	-
	48 a 53 anos	13,33%	-	-
	Acima de 54 anos	11,11%	2,27%	-
Escolaridade				
	Ensino fundamental completo	6,67%	-	-
	Ensino fundamental incompleto	22,22%	-	-
	Ensino médio completo	33,33%	18,18%	-
	Ensino médio incompleto	11,11%	2,27%	-
	Ensino superior completo	6,67%	20,45%	-
	Ensino superior incompleto	11,11%	31,82%	100%
	Pós-graduação completa	8,89%	6,82%	-
	Pós-graduação incompleta	-	15,91%	-
Renda mensal				
	Até 01 salário mínimo	26,67%	31,82%	27,66%
	02 a 03 salários mínimos	55,56%	59,09%	34,04%
	04 a 05 salários mínimos	13,33%	-	17,02%
	06 a 07 salários mínimos	4,44%	2,27%	4,26%
	08 a 09 salários mínimos	-	-	2,13%
	Acima de 10 salários mínimos	-	2,27%	8,51%
	Não assinalou	-	4,55%	6,38%

**Fonte:** autor (2015)

Quanto aos membros da comunidade, o Quadro 01 evidencia que o público feminino constituiu maioria na pesquisa com 80% dos participantes. Quanto a faixa etária a maior parcela está entre os 23 e 27 anos de idade. No quesito escolaridade, pessoas com ensino médio completo foram maioria: 33,33%. Salientando que os membros da comunidade que afirmaram terem concluído o curso superior ou que o estão cursando especificaram áreas de atuação diversas como serviço social; administração; ciências contábeis, dentre outros. Quanto ao fator renda 55,56% dos participantes têm renda entre 02 a 03 salários mínimos constituindo-se maioria na pesquisa. Dos participantes 62,22% afirmaram não possuírem familiares/amigos que trabalham ou estudam na instituição pesquisada; 37,78% afirmaram que sim, dado que contribui significativamente para os resultados da pesquisa, pois, acredita-

se que muitas pessoas possam conhecer, ou não, a realidade de uma empresa mediante opiniões/comentários expressos por terceiros que conheçam a organização.

No que compete aos colaboradores da instituição que participaram da pesquisa 77,27% são do sexo feminino. No que se refere à idade maioria dos pesquisados se encontram na faixa etária dos 23 aos 27 anos com 54,55%. Quanto à escolaridade maioria possui ensino superior incompleto em áreas como farmácia; pedagogia; nutrição; administração; ciências contábeis, dentre outros, compreendendo 31,82% dos participantes. Em relação ao tempo de atuação na instituição 45,45% atuam na faculdade a menos de 01 ano; seguido de 25,00% que atuam na organização entre 02 a 03 anos, o que pode justificar a renda mensal especificada pela maior parcela dos pesquisados (59,09%) que foi de 02 a 03 salários mínimos, além das funções declaradas, visto que, obteve-se maior participação entre secretários, auxiliares, bibliotecários, técnicos e encarregados.

Dentre os acadêmicos 66,00% são do sexo feminino. Maioria dos pesquisados com faixa etária entre os 18 aos 22 anos de idade, perfazendo um total de 61,70% dos acadêmicos. No quesito renda 34,04% declararam ter renda mensal entre 02 a 03 salários mínimos. Quanto aos cursos frequentados os mais citados foram Farmácia, Enfermagem e Medicina com 27,66%, 25,53% e 17,02%, respectivamente. Maioria, 38,30% dos acadêmicos estuda na faculdade entre 03 a 04 anos. Entretanto, houve significativa parcela de alunos que estudam a menos tempo na instituição, 36,17% entre 01 a 02 anos e 21,28% há menos de 01 ano, o que pode acarretar na falta de conhecimento de certos aspectos da instituição, bem como de projetos/ações sociais desenvolvidos.

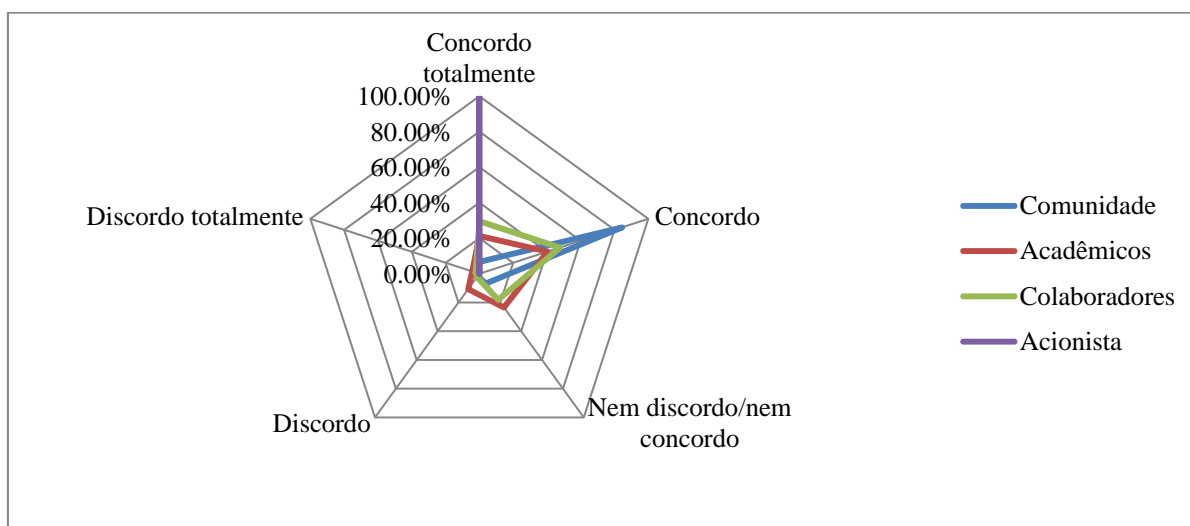
Referente à forma de custeio das mensalidades do curso apenas 25,53% pagam as mensalidades de forma integral, os demais são beneficiários de programas de desconto/financiamento/custeio das mensalidades. Maioria dos acadêmicos é beneficiária do Programa PROUNI e do Educa + Brasil, os quais foram mencionados por 51,06% dos pesquisados. Salientando que dentre os acadêmicos que pagam 100% das mensalidades do curso, há aqueles que são beneficiados com desconto por pontualidade, o que é de fundamental relevância, pois, mesmo pagando o curso de forma integral o acadêmico quitando as mensalidades no prazo definido obtém um benefício da instituição.

### 3.2 PERCEPÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* QUANTO AS DIMENSÕES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Neste tópico serão apresentados os principais resultados obtidos com a realização da pesquisa junto aos principais *stakeholders* da instituição de ensino superior pesquisada quanto a sua percepção no que tange as dimensões da responsabilidade social: dimensão econômica; dimensão legal; dimensão ética e dimensão filantrópica ou discricionária.

#### 3.2.1 Dimensão econômica

Segundo a percepção dos *stakeholders*, uma instituição de ensino superior deve ter como principal função gerar lucro e dividendos aos seus sócios, mas também deve se preocupar em beneficiar seus *stakeholders* como, por exemplo, proporcionando mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento aos acadêmicos, bem como, remunerando justamente seus colaboradores. Observa-se na Fig. 01 que 84,44% dos membros da comunidade local; 47,73% dos colaboradores da instituição e 40,43% dos acadêmicos concordaram com essa afirmativa.

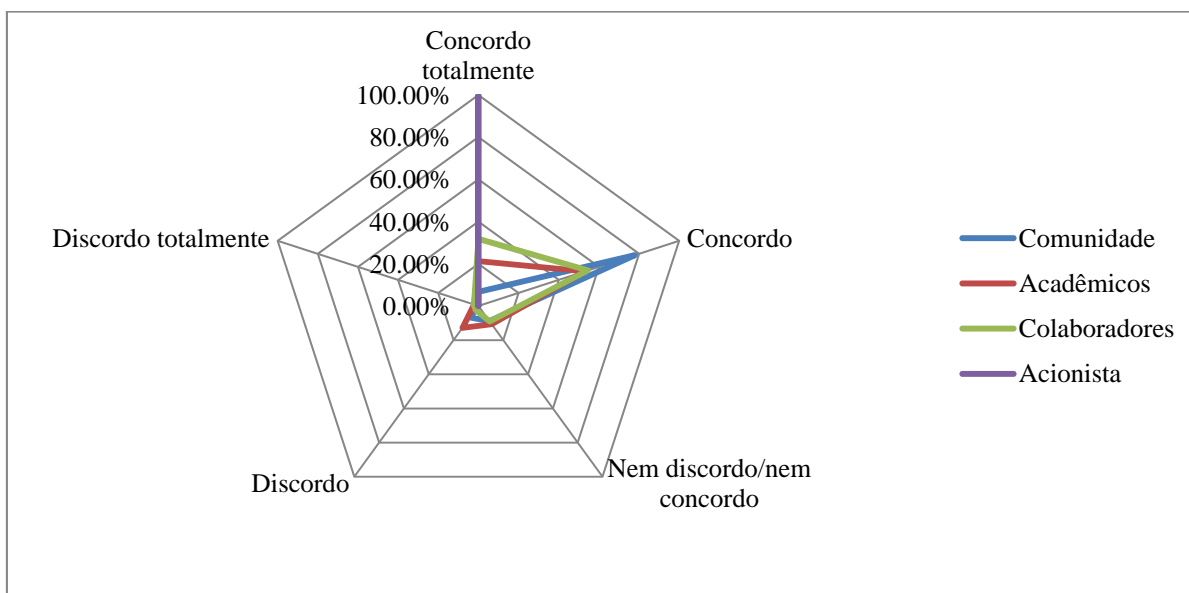


**Figura 01:** Geração de lucro e dividendos para os sócios com geração de benefícios para os *stakeholders*  
Fonte: o autor (2015)

A acionista da faculdade também concorda que a principal função da instituição não pode ser centrada apenas em gerar lucros sem se importar com ganhos e benefícios que possam advir aos seus *stakeholders*. A acionista destaca que a instituição mantém a prática de preços que proporcionam a obtenção de lucros satisfatórios aos acionistas e que proporcionam também a continuidade das atividades da organização, o que é positivo.

Conforme Lourenço e Schroder (2002), responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita a preços que garantam a continuidade das atividades da empresa, satisfazendo as suas obrigações para com os seus investidores, maximizando lucro para os acionistas ou proprietários da empresa. A acionista evidencia ainda que a faculdade destina parte dos lucros obtidos para o financiamento de projetos de cunho social.

Em relação aos investimentos em estrutura física a Fig. 02 demonstra que 77,78% dos membros da comunidade local; 53,19% dos acadêmicos e 54,55% dos colaboradores concordam que a faculdade investe de forma contínua em melhorias em sua estrutura física buscando oferecer laboratórios atualizados; salas de aula adequadas e confortáveis; tecnologias sustentáveis e ambiente de trabalho seguro e saudável. Já a acionista concorda totalmente com a questão. Pode-se presumir que os membros da comunidade façam essa avaliação em virtude do crescimento e expansão da faculdade no município de Cacoal, haja vista que a mesma tem ampliado e melhorado sua estrutura física de forma constante, o que é perfeitamente perceptível à comunidade local.

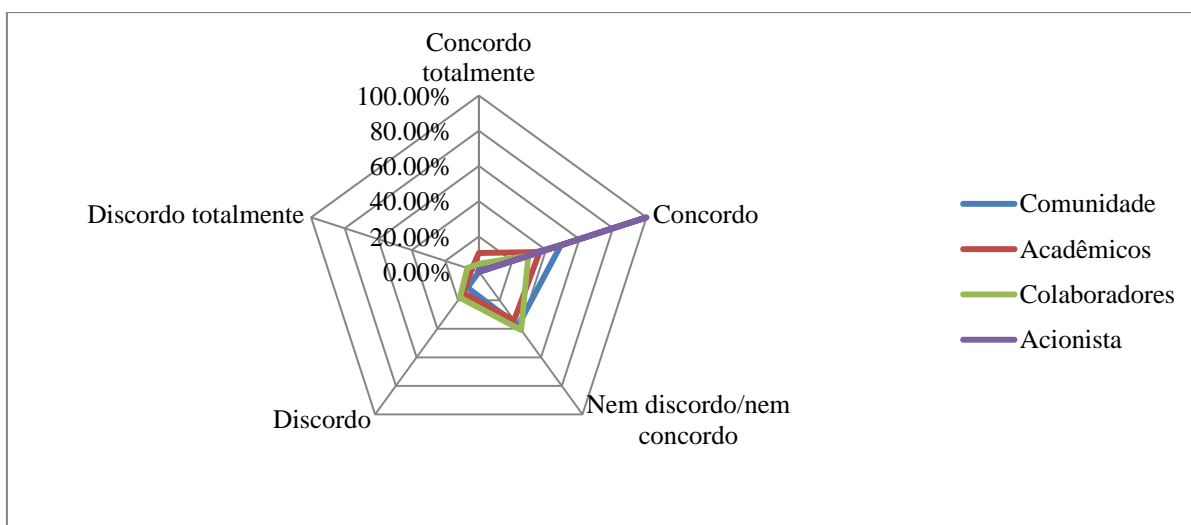


**Figura 02:** Investimentos em estrutura física  
Fonte: o autor (2015)

Quanto aos investimentos em qualificação profissional dos colaboradores da instituição de ensino superior a acionista concorda que a faculdade investe na qualificação profissional dos mesmos, e que inclusive a faculdade faz destinação de parte de seus lucros para a promoção de cursos; treinamentos e outros, para o aperfeiçoamento de seus funcionários. Quanto à percepção dos colaboradores 40,91%, ou seja, a maioria respondeu

nem discordar nem concordar a respeito da existência de investimentos na qualificação dos funcionários, por parte da instituição, visando melhorias nos serviços prestados. Entretanto, 29,55% concordam que há a existência desses investimentos.

Cabe ainda ressaltar que houve significativa porcentagem de colaboradores que afirmaram discordar quanto aos investimentos, perfazendo um total de 18,18% dos pesquisados. Observa-se contradição, pois, a acionista afirma que a faculdade investe na qualificação de seus profissionais, entretanto os mesmos, em sua maioria, afirmaram não discordar nem concordar ou discordar quanto aos investimentos. Acredita-se que esta contradição pode ter ocorrido em virtude da insuficiência de investimentos ou por não abranger todos os setores da organização, ou mesmo, por falta de comunicação na empresa. Quanto aos membros da comunidade local e aos acadêmicos, 48,89% e 36,17%, respectivamente, concordam que a faculdade investe na qualificação profissional de seus colaboradores, conforme evidenciado na Fig. 03.



**Figura 03:** Qualificação profissional dos funcionários  
Fonte: o autor (2015)

Investimentos na qualificação profissional melhoram a qualidade dos serviços prestados a comunidade, bem como proporcionam maior satisfação aos colaboradores. Os serviços prestados se tornam mais eficientes e eleva a satisfação dos funcionários diante da instituição. A gestão empresarial que tenha foco somente nos interesses dos acionistas vem se mostrando insuficiente, havendo assim, a necessidade de uma gestão que centralize nos interesses e contribuições dos *stakeholders* (LEMOS; ROCHA, 2011). A instituição deve se preocupar em atender seus acionistas, mas deve também procurar atender os demais *stakeholders*. E investindo na qualificação profissional de seus colaboradores trará benefícios

à organização como um todo, conforme evidenciam Val Júnior e Gesteiro (2004), ao argumentarem que quando a empresa valoriza os seus profissionais, eles, conseqüentemente, a valorizam também, respeitando e tendo claros os objetivos da empresa e fazendo o máximo para atingi-los.

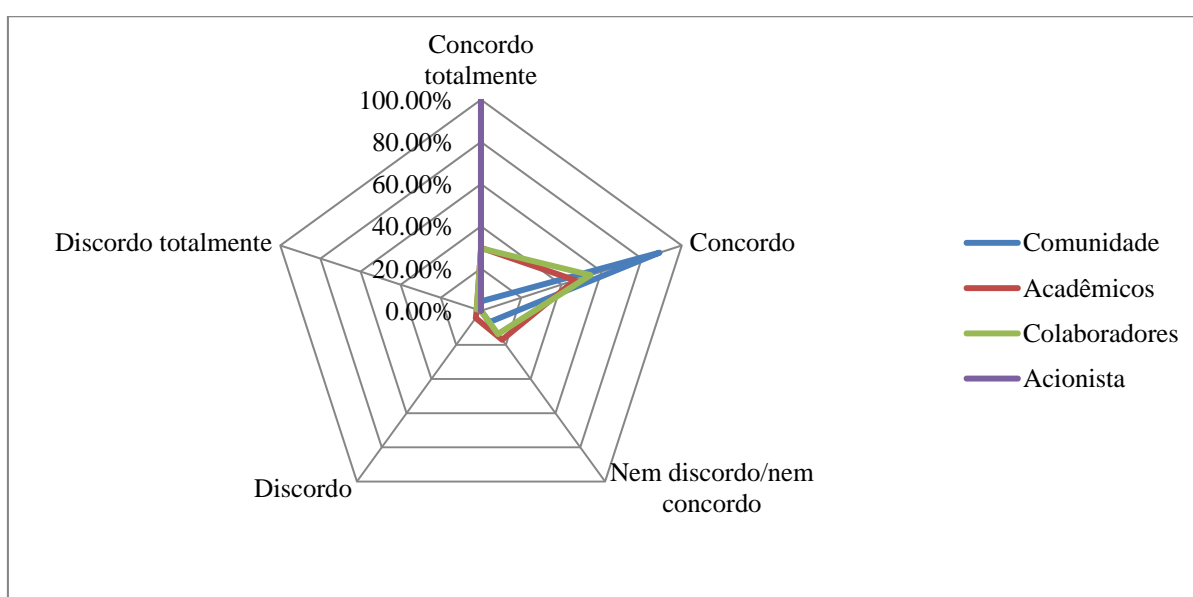
Para os acadêmicos a instituição não proporciona mensalidades acessíveis e nem facilidades de pagamento, pois, maioria dos alunos opinou por discordar ou discordar totalmente, o que compreendia o percentual de 44,68%. Fazendo-se um comparativo com os dados obtidos quanto ao perfil dos acadêmicos pode-se observar contradição quanto à opinião dos alunos, pois, a maioria dos pesquisados é beneficiário de algum programa de desconto/financiamento/custeio de seus cursos, tendo em vista que 36,17% pagam 50% das mensalidades do curso; 19,15% financiaram 100% das mensalidades e outros 19,15% possuem bolsa integral; somente 25,53% dos pesquisados afirmaram pagar 100% das mensalidades.

Dos colaboradores 45,45% afirmaram nem discordar nem concordar que a faculdade proporciona remuneração justa e de acordo com as atribuições de cada função existente na instituição, entretanto, 34,09% afirmaram discordar e 6,82% afirmaram discordar totalmente, o que cabe certa atenção da organização, haja vista o elevado grau de insatisfação dos colaboradores quanto a sua remuneração e por ainda não condizer com o que estabelece Ferrel (*apud* SILVA, 2010), pois, afirmam que a dimensão econômica refere-se à maximização da riqueza para os *stakeholders*, tendo em vista a geração de lucro para os sócios da empresa, benefícios para os funcionários e desenvolvimento para a comunidade. Apenas 13,64% dos pesquisados concordam que a faculdade remunera justamente e de acordo com as atribuições de cada posto de trabalho.

Quanto aos membros da comunidade local 37,78% discordaram de que a faculdade proporcione mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento aos acadêmicos, bem como salários justos aos funcionários. Pressupõe-se que a maioria das pessoas pesquisadas acredita que para se estudar na faculdade objeto da pesquisa é necessário desembolsar altos valores para custeio das mensalidades em virtude dos cursos oferecidos pela instituição como medicina, odontologia, farmácia, dentre outros, o que causou influência nas respostas dos participantes.

### 3.2.2 Dimensão Legal

Quando questionados a respeito do desenvolvimento das atividades de uma organização em consonância com o cumprimento das leis impostas pelo Estado (leis municipais, estaduais e federais) a maioria em ambos os casos 88,89% dos membros da comunidade; 54,55% dos colaboradores e 46,81% dos acadêmicos concordaram que para a instituição pesquisada esse deve ser um dos seus principais objetivos. A acionista concordou totalmente com a assertiva feita. A posição dos participantes é apresentada na Fig. 04.



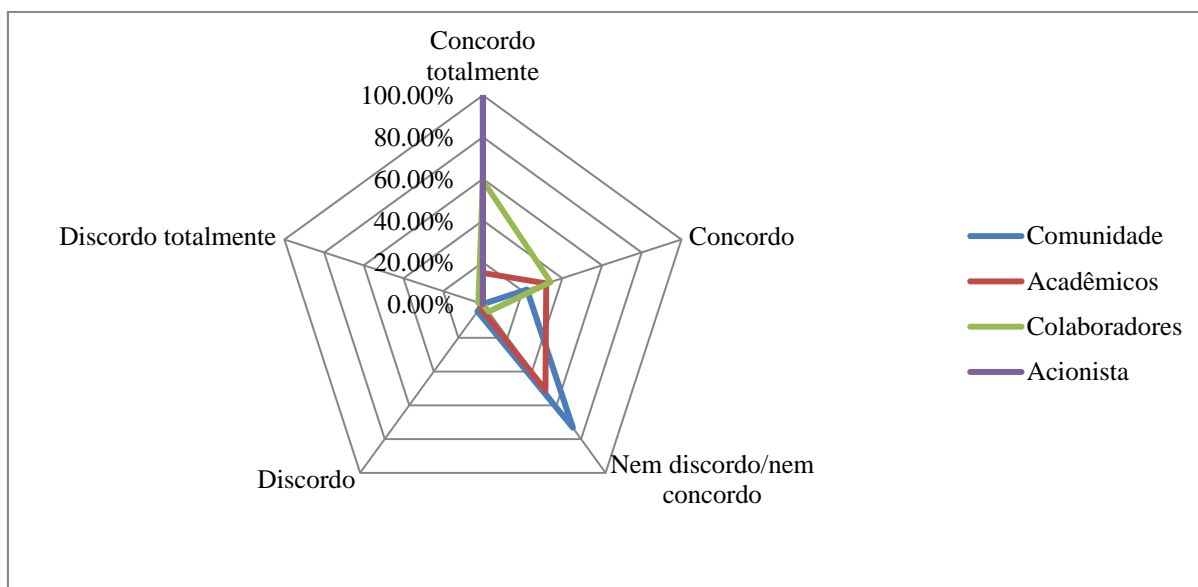
**Figura 04:** Desenvolvimento das atividades da organização em consonância com o cumprimento das leis impostas

Fonte: o autor (2015)

Já em relação ao pagamento dos colaboradores no prazo certo observa-se que os membros da comunidade local, bem como os acadêmicos da faculdade, em sua maioria, 73,33% e 51,06%, respectivamente, afirmaram nem discordar nem concordar quanto ao pagamento do salário dos colaboradores da instituição no prazo certo, o que se acredita que se deve a insuficiência de conhecimento, nesse aspecto, por parte desses públicos pesquisados. Entretanto, os funcionários, maiores interessados e conhecedores desse quesito afirmaram concordar totalmente, sendo 59,09% dos participantes da pesquisa, conforme Fig. 05.

Quanto à acionista, a mesma concordou totalmente que para a organização é importantíssimo cumprir os prazos de pagamento de salários e benefícios, bem como cumprir também os prazos de pagamento de dívidas fiscais.





**Figura 05:** Pagamento dos colaboradores no prazo certo  
Fonte: o autor (2015)

Foram indagados acerca do cumprimento das leis trabalhistas, por parte da faculdade, os membros da comunidade, os colaboradores e a acionista. Dos membros da comunidade 55,56% afirmaram concordar que a faculdade cumpre com as leis trabalhistas. Quanto aos funcionários 45,45% concordaram totalmente, seguido de 36,36% que apenas concordaram. A acionista concordou totalmente. Os colaboradores ainda discordaram, em sua maioria, ou seja, 84,09%, de que já tenham sido prejudicados, por parte da faculdade, pelo descumprimento de normas que regulamentam o direito dos trabalhadores.

Diante dos resultados obtidos e com base no que argumentam Lourenço e Schroder (2002), ao exporem que dimensão legal é a que define o que a sociedade considera legal referente às atividades e ao comportamento da empresa e o que se espera, no mínimo, é que as organizações cumpram as leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários, conclui-se que a instituição de ensino superior pesquisada tem observado, em relação aos colaboradores, a dimensão legal, pois, maior parcela dos funcionários afirmou que a faculdade paga os salários em dia, cumpre com as leis trabalhistas e ainda afirmaram que não foram prejudicados pelo descumprimento de normas que regulamentam seus direitos enquanto trabalhadores.

Para 61,70% dos acadêmicos a faculdade cumpre com as obrigações que lhe são impostas pelo Estado no que tange aos direitos dos estudantes garantidos por lei. A acionista da instituição afirmou concordar totalmente que a faculdade respeita as normas que regem o seu relacionamento com os acadêmicos. Dos membros da comunidade local, 68,89%

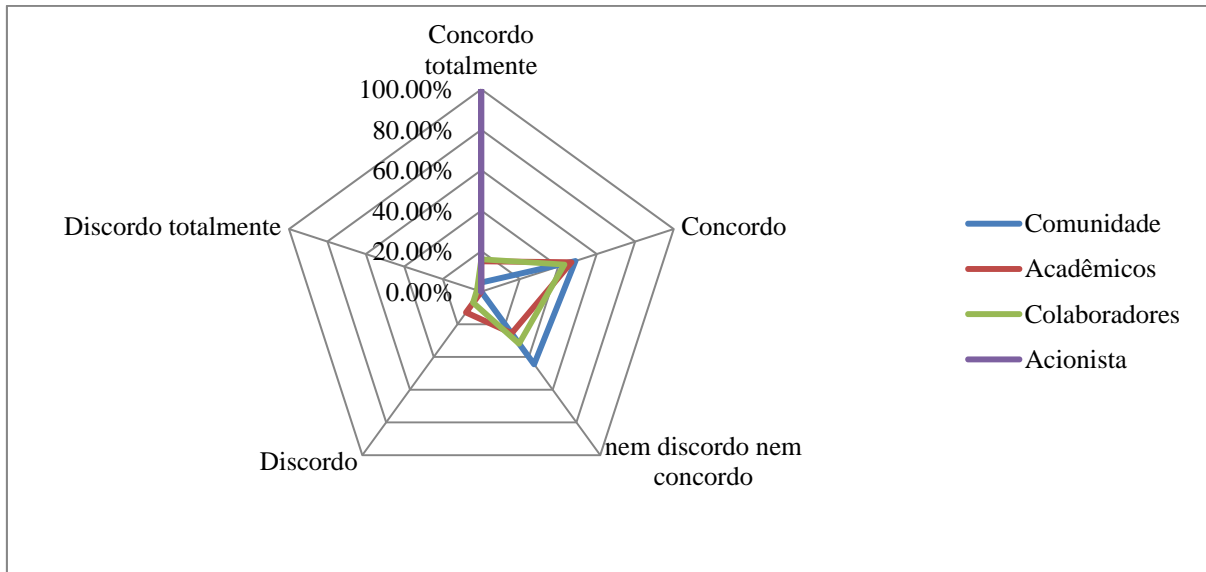
responderam nem discordar nem concordar. Tendo como base ainda a relação entre acadêmicos e faculdade, 31,91% dos alunos afirmaram discordarem de que já tenham sido prejudicados pelo descumprimento, por parte da faculdade, de normas que regulamentam o direito dos estudantes e 10,64% discordaram totalmente.

Entretanto, houve também 31,91% dos alunos que afirmaram concordar que já foram prejudicados pela faculdade em virtude do descumprimento de suas obrigações com os estudantes o que mostra insatisfação dos alunos diante do tratamento obtido da instituição. Quanto aos clientes as empresas devem oferecer e investir em mecanismos para a melhoria da confiabilidade, eficiência e segurança dos seus produtos e serviços (LOURENÇO; SCHRODER, 2002), cabendo, desta forma, a organização rever a estrutura de atendimento disponibilizada a seus acadêmicos, a fim de sanar quaisquer pendências existentes entre faculdade e alunos.

### 3.2.3 Dimensão Ética

Tanto os acadêmicos quanto os colaboradores da instituição afirmaram, em sua maioria, nem discordar nem concordar que as decisões da instituição de ensino superior são baseadas na imparcialidade, levando-se em consideração os interesses, inclusive, de pessoas desconhecidas pela instituição; acadêmicos totalizaram 51,06%, enquanto colaboradores totalizaram 40,91% dos que afirmaram ter essa opinião. Para a acionista houve concordância total com a afirmação. Dos acadêmicos 36,17% disseram concordar que a instituição age respeitando sempre o direito a opiniões contrárias advindas de seus *stakeholders*, procurando, inclusive, compreendê-las. Quanto aos funcionários 45,45% não concordaram nem discordaram. A acionista concordou totalmente.

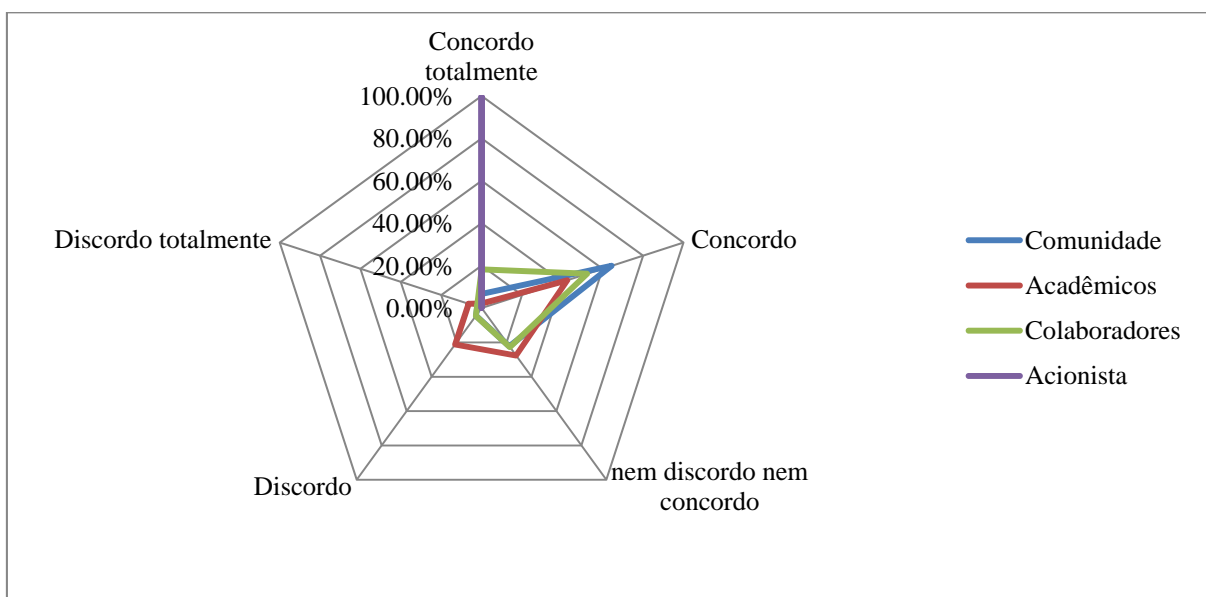
De acordo com a Fig. 06 é perceptível que para a maioria dos colaboradores; dos acadêmicos e dos membros da comunidade local que a instituição de ensino superior procura formas sustentáveis de desenvolver suas atividades, com o objetivo de minimizar quaisquer prejuízos ambientais causados pela sua atividade, investindo em políticas para evitar o desperdício de energia elétrica; investindo em coleta seletiva; reciclagem, dentre outros. A acionista que participara da pesquisa concordou totalmente.



**Figura 06:** Formas sustentáveis de desenvolver as atividades da instituição  
Fonte: o autor (2015)

É imprescindível que a organização tenha o compromisso de buscar formas sustentáveis para o desenvolvimento de suas atividades, tendo em vista que para agir socialmente as empresas devem assumir posições de agentes transformadores da sociedade, assumindo papéis para coibir ações que venham a prejudicar os seus *stakeholders* (VAL JÚNIOR; GESTEIRO, 2004).

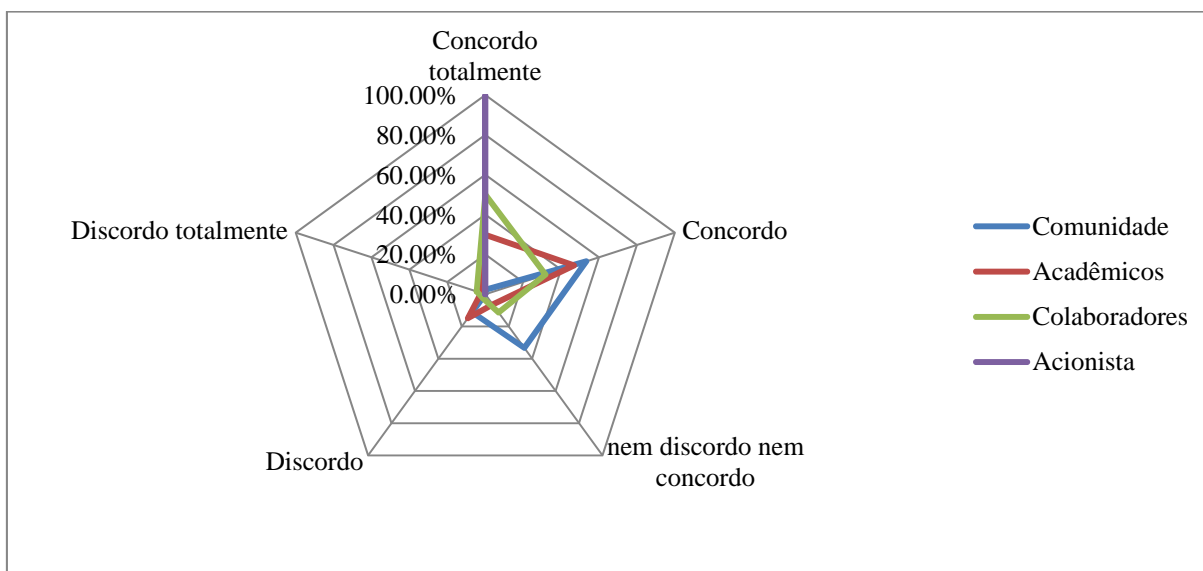
A Fig. 07 apresenta as opiniões dos participantes quanto a transparência e clareza nas campanhas publicitárias realizadas pela instituição.



**Figura 07:** Transparência e clareza nas campanhas publicitárias da instituição  
Fonte: o autor (2015)

Com base na Fig. 07, verifica-se que as campanhas publicitárias/propagandas feitas pela instituição pesquisada são claras e transparentes e que dão perfeito entendimento do conteúdo veiculado, pois, maioria dos colaboradores e dos membros da comunidade concordou que a faculdade faz campanhas publicitárias com transparência e clareza. Os estudantes concordaram também, em sua maioria, que as propagandas da instituição são pautadas na transparência e na clareza e que acentuam, inclusive, possíveis perdas ou sanções que possam advir a seus clientes. A acionista afirmou concordar totalmente.

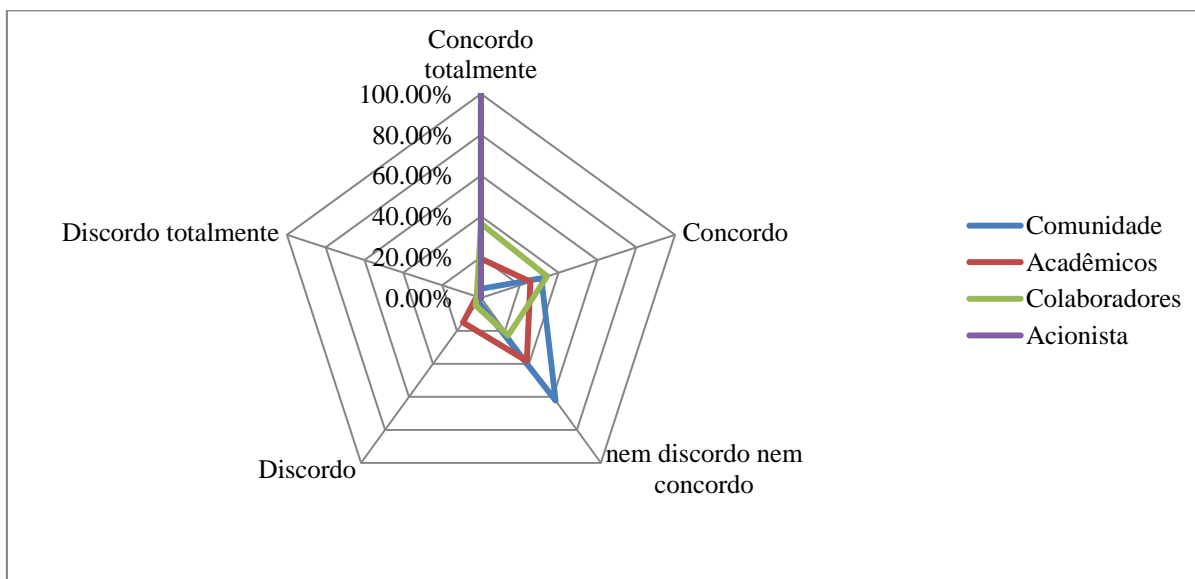
Um ponto extremamente positivo para a faculdade fora obtido diante do questionamento que se referia à promoção de estrutura física adequada para deficientes, tendo em vista que, os acadêmicos, bem como os membros da comunidade local, em sua maioria, concordaram que a faculdade atende os deficientes no que tange a sua estrutura física, uma vez que, possui rampas de acesso, corrimões nos principais setores da faculdade, dentre outros, o que proporciona o acesso de deficientes a todos os departamentos da instituição. Já os colaboradores e a acionista concordam totalmente nesse aspecto. A Fig. 08 evidencia os resultados.



**Figura 08:** Estrutura física que atenda deficientes  
Fonte: o autor (2015)

A acionista concordou totalmente também que a faculdade emprega deficientes (auditivo, visual, mental, físico), bem como destina parte das vagas oferecidas nos diversos cursos para este público. Fazendo-se um comparativo com a opinião dos colaboradores da instituição a mesma é favorável à faculdade, pois, 70,45% dos funcionários concordam totalmente e concordaram que a instituição emprega deficientes, haja vista que, nesse aspecto,

os funcionários são os *stakeholders* que mais vivenciam e participam das políticas de contratação de pessoal da organização, sendo considerados os mais aptos a avaliarem a prática. Os acadêmicos, bem como os membros da comunidade local nem discordaram nem concordaram, o que é evidenciado na Fig. 09. A pesquisadora, inclusive, observou durante a realização da pesquisa que a instituição realmente possui rampas de acesso e corrimões instalados nos diversos setores da faculdade, bem como, que emprega deficientes.



**Figura 09:** Emprego e destinação de vagas nos cursos para deficientes  
Fonte: o autor (2015)

Mediante o que argumenta Maestri (2011), quando diz que agir com responsabilidade social é buscar ou alcançar o desenvolvimento sustentável ou a sustentabilidade de uma sociedade, respeitando os direitos humanos, tendo uma relação ética com todos os *stakeholders* envolvidos, abolir a corrupção das ações diárias, trabalhar levando em consideração a saúde e segurança nas relações de trabalho e ser também preciso e transparente nas informações repassadas aos acionistas e ainda que uma empresa socialmente responsável deve respeitar sempre os direitos humanos, tendo sempre em vista uma relação ética com todos os públicos da empresa, pode-se concluir que a faculdade busca a sustentabilidade em suas ações, respeita direitos de cidadãos, bem como busca transparência em suas ações.

Indagados a respeito da forma de como são tratados os acadêmicos pela faculdade, os mesmos, em maioria, concordaram que há tratamento de forma igualitária, independentemente de classe social; da forma de ingresso na faculdade (bolsistas); de cor; idade; sexo ou opção sexual (36,17%), entretanto, 29,78% dos alunos foi de opinião contrária. Os colaboradores em sua maioria concordam que a faculdade promove tratamento igualitário

a todos os acadêmicos. E quanto aos membros da comunidade local, a maioria respondeu “nem discordaram nem concordaram”.

Quanto à promoção de tratamento igualitário pela faculdade em relação aos seus colaboradores, os mesmos, em sua maioria com 43,18% concordaram; já 40,91% nem discordaram nem concordaram que há a promoção de tratamento igualitário pela faculdade a seus subordinados. Quanto aos acadêmicos e aos membros da comunidade, em ambos os casos, a maioria nem discorda e nem concorda. Para a acionista, a faculdade trata tanto seus acadêmicos quanto seus subordinados de forma igualitária, sem fazer qualquer tipo de acepção.

Diante da percepção dos acadêmicos cabe a organização reavaliar seu relacionamento com os mesmos, a fim de promover tratamento igualitário a todos os alunos, haja vista a insatisfação de boa parcela dos pesquisados, pois, assim a instituição assumirá obrigações de caráter moral, e que contribuirão para o desenvolvimento sustentável da população (ASHLEY *apud* LEMOS; ROCHA, 2011).

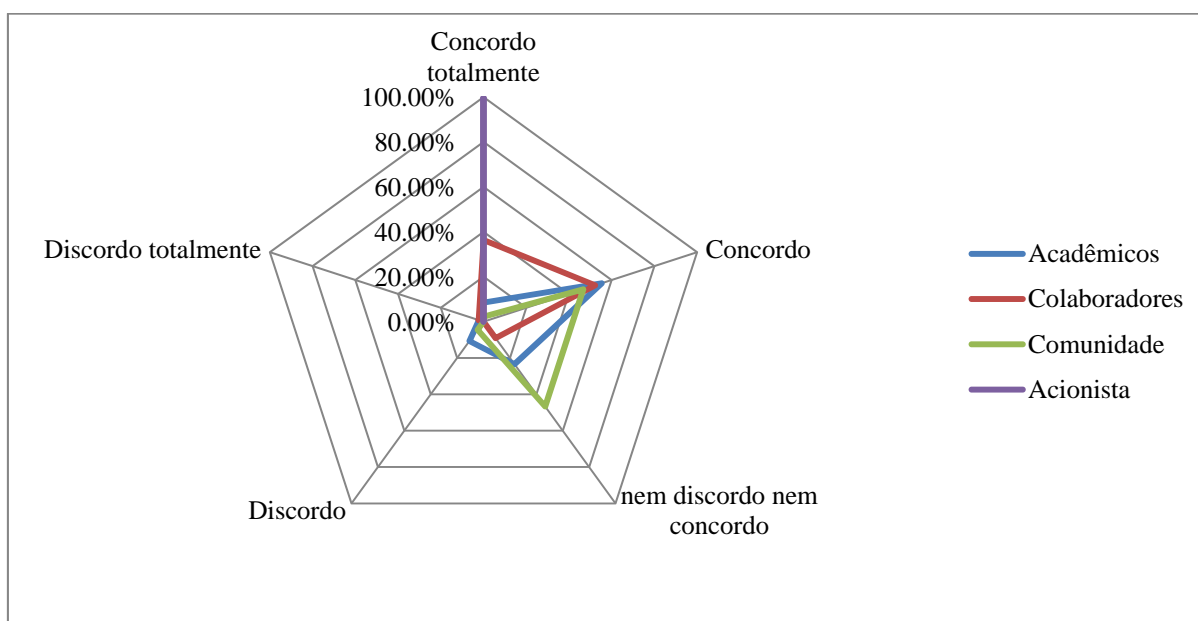
Em se tratando da existência de código de ética na faculdade, a acionista concorda totalmente quanto a sua existência na instituição. Em relação aos colaboradores 47,73% concordaram e 44,68% dos acadêmicos também concordaram. Para Lourenço e Schroder (2002), a responsabilidade ética é a que se refere aos padrões de comportamento esperados pela sociedade, que não estejam necessariamente impostos em lei e que não podem servir aos interesses econômicos da empresa. Para agir com ética a organização deve tomar as suas decisões pautadas na equidade, justiça e imparcialidade, respeitando ainda os direitos individuais. Deste modo, é de fundamental importância que a organização cumpra com os padrões éticos estabelecidos, respeitando os direitos dos *stakeholders*, não somente os direitos garantidos em lei, mas também aqueles esperados pela sociedade.

A acionista concorda totalmente que a faculdade procura resolver de forma amigável conflitos/impasses/problemas advindos de seu relacionamento com funcionários e acadêmicos, bem como entre professores e alunos. Com base nos dados coletados junto aos acadêmicos e funcionários pode-se concluir que a afirmação da acionista condiz com a realidade da instituição, pois, 40,43% dos acadêmicos e 54,55% dos colaboradores concordaram que a faculdade procura resolver amigavelmente problemas que envolvem seus

alunos e funcionários.

### 3.2.4 Dimensão Filantrópica ou Discricionária

Para os *stakeholders* a instituição de ensino superior desenvolve projetos sociais no município de Cacoal e que com eles beneficia diversos tipos de públicos como crianças; idosos; deficientes; moradores de rua; dependentes químicos, dentre outros, pois, houve concordância de 55,32% dos acadêmicos; 52,27% dos colaboradores e 46,67% dos membros da comunidade local. A acionista concordou totalmente quanto a essa questão, conforme evidenciado na Fig. 10.

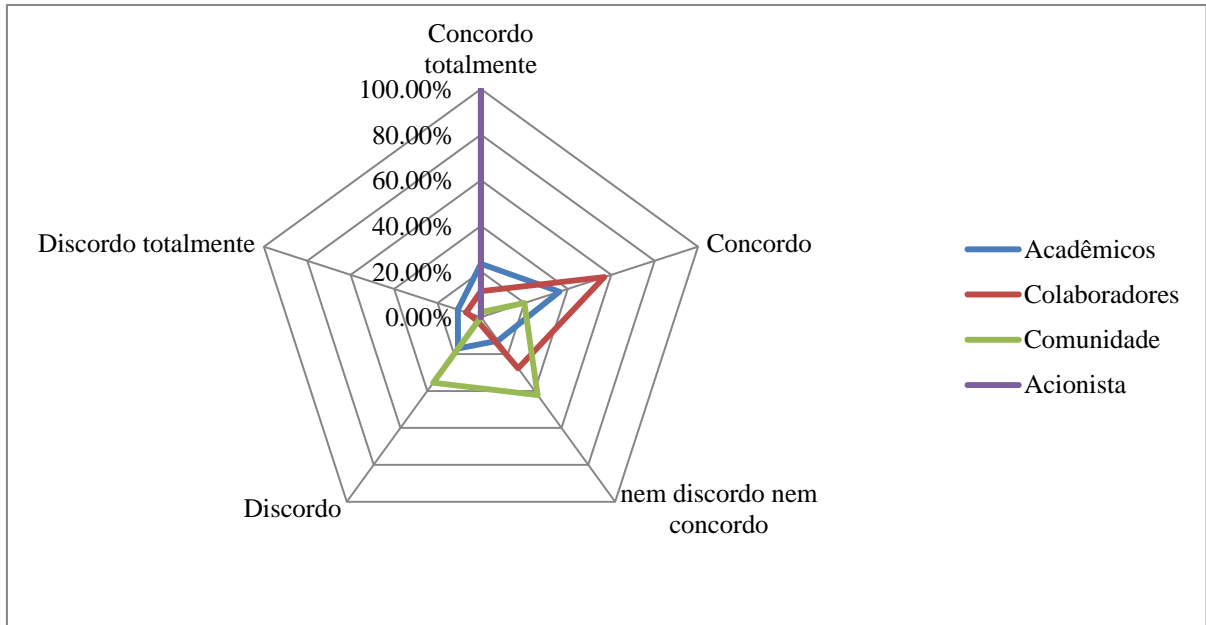


**Figura 10:** Desenvolvimento de projetos sociais

Fonte: o autor (2015)

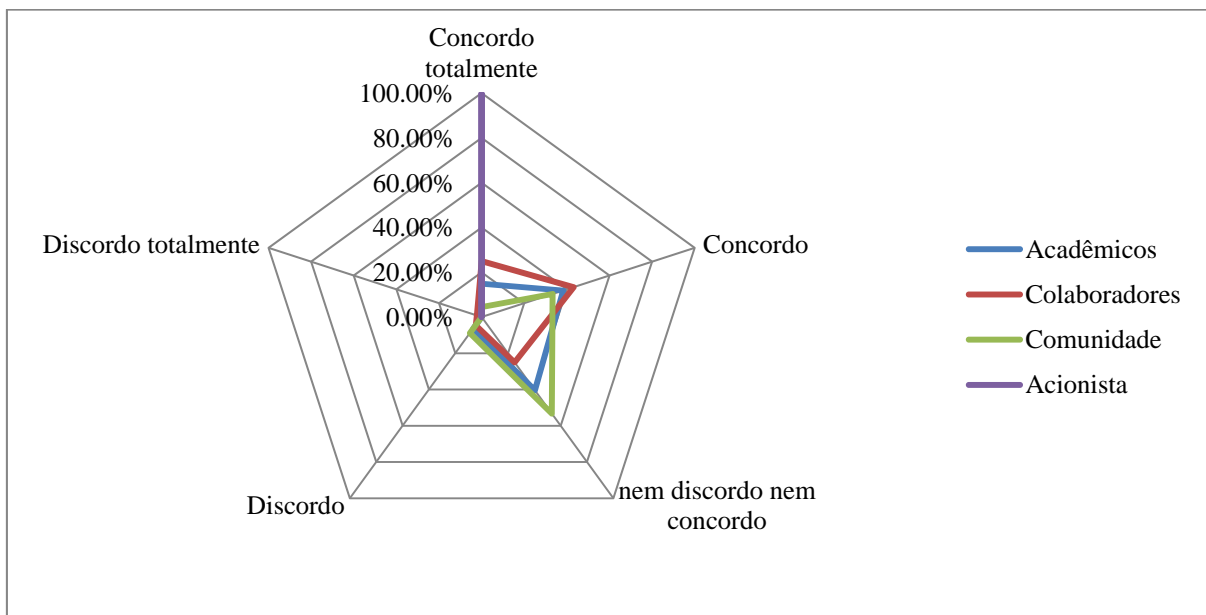
Observa-se que a faculdade proporciona e incentiva a participação de acadêmicos e funcionários em ações e projetos sociais desenvolvidos pela mesma, haja vista o fato de que a maioria dos *stakeholders* concordou com a assertiva feita, sendo 56,82% dos colaboradores e 46,81% dos acadêmicos. Para a acionista, além de incentivar a participação de alunos e funcionários nos projetos e nas ações sociais, também incentiva a participação dos acionistas da organização o que é muito relevante, pois, segundo Borger (*apud* PINHEIRO, 2008) é de fundamental importância para que o processo de adoção das práticas de responsabilidade social faça realmente parte da cultura da organização o envolvimento da alta direção. Sem o apoio da alta direção as práticas de responsabilidade social são difundidas na organização, mas, as mesmas não se enraízam.

Ao se analisar a participação dos *stakeholders* 36,36% dos colaboradores e 36,17% dos acadêmicos concordaram que já participaram de projetos sociais desenvolvidos pela instituição, já os membros da comunidade local em sua maioria, ou seja, 42,22% nem discordaram nem concordaram, conforme a Fig. 11.



**Figura 11:** Participação dos *stakeholders* em projetos sociais  
Fonte: o autor (2015)

Já a Fig. 12 demonstra a percepção dos *stakeholders* quanto a ajuda às instituições de caridade pela faculdade.

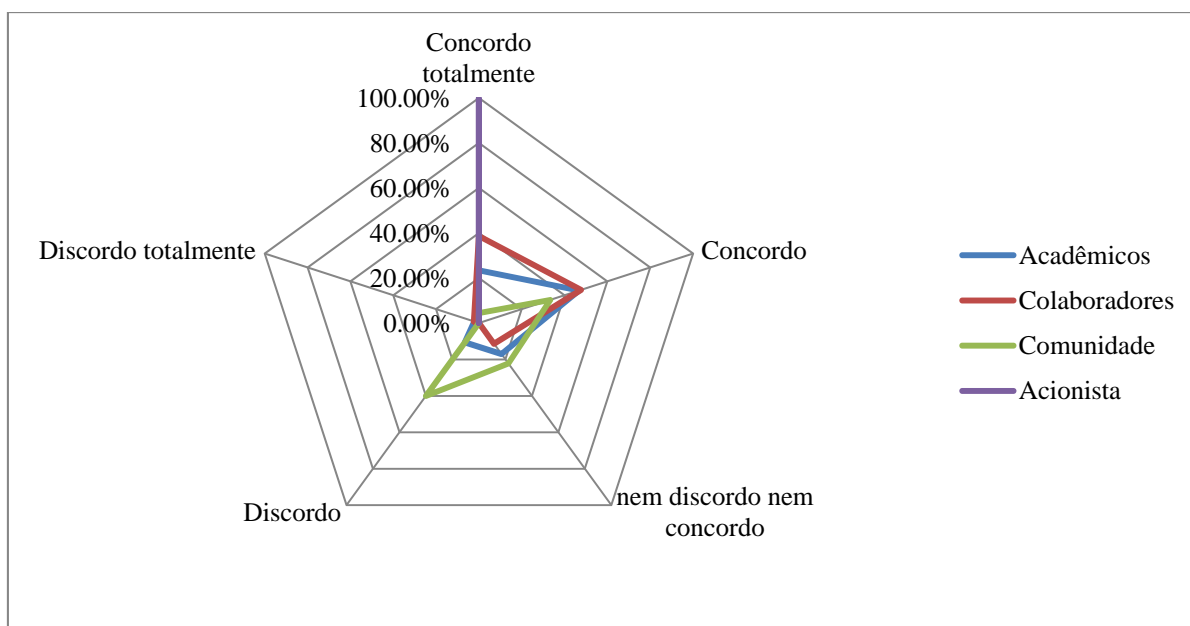


**Figura 12:** Ajuda às instituições de caridade  
Fonte: o autor (2015)



Quanto ao fato da instituição prestar ajuda a instituições de caridade do município de Cacoal, seja na forma de doações financeiras, participação dos acadêmicos em atividades das instituições, dentre outros, os acadêmicos, bem como os membros da comunidade, somaram maior parcela, ao responder “nem discordar nem concordar” quanto ao auxílio prestado pela instituição a essas entidades (acadêmicos: 40,43%; comunidade: 53,33%). Os colaboradores em sua maioria concordam (43,18%), e a acionista da instituição concorda totalmente.

Conforme a Fig. 13, no que diz respeito à publicidade das ações sociais feitas pela instituição, tanto os acadêmicos, os colaboradores, quanto a acionista concordaram que a faculdade faz publicidade de suas ações sociais. Salientando que, no caso dos acadêmicos, bem como, dos colaboradores, houve concordância para a maior parcela dos pesquisados (acadêmicos: 46,81%; colaboradores: 47,73%). Os membros da comunidade, em sua maioria, ou seja, 40%, afirmaram que nunca assistiram/ouviram propagandas da instituição que se relacione às ações sociais da mesma.



**Figura 13:** Publicidade das ações sociais  
Fonte: o autor (2015)

Isso justifica a indecisão dos membros da comunidade local diante do questionamento que se refere à prestação de ajuda, por parte da faculdade, a instituições de caridade do município, bem como referente à participação dos mesmos em atividades sociais da faculdade. A organização deve rever as estratégias de publicidade implementadas pela mesma para maior abrangência na divulgação, até mesmo, para buscar maior participação da população nos seus projetos sociais, já que desenvolve muitas atividades voltadas para a

comunidade local. Assim haverá maiores retornos, em termos de fortalecimento da imagem da faculdade perante a sociedade, e promoção de benefícios à população do município. Os membros da comunidade local acreditam que a faculdade desenvolve projetos/ações sociais, mas possuem um conhecimento superficial dos mesmos. Não correlacionam as ações desenvolvidas aos projetos específicos, ou mesmo se a instituição presta ajuda financeira às entidades sociais.

A acionista ainda fora questionada acerca do motivo pelo qual a faculdade desenvolve e participa de projetos sociais. A mesma concordou totalmente com a assertiva em que a instituição desenvolve/participa de projetos sociais por acreditar que os mesmos possam trazer retornos diversos à faculdade como melhoria da imagem da empresa perante a sociedade, benefícios fiscais, dentre outros. Concordou também que a faculdade participa de obras sociais sem esperar quaisquer tipos de retornos, havendo, desta forma, contradição entre as respostas obtidas da acionista.

A acionista citou como principais projetos sociais desenvolvidos pela instituição o Ação Mulher e o Feliz Idade. Destacou ainda que mediante a pratica da responsabilidade social, a faculdade obtém como principais benefícios melhoria da imagem da empresa perante a sociedade; satisfação de colaboradores e acadêmicos; contribuição na melhoria da qualidade de vida de diversos *stakeholders*; oportunidade de divulgação do nome da empresa e benefícios fiscais.

As respostas da acionista vão ao encontro do que destacam Val Júnior e Gesteiro (2004) ao referirem que uma empresa socialmente responsável atrai mais investidores individuais e institucionais, pois os mesmos percebem que investir em uma empresa atenta para a questão social fornece retorno garantido, tendo em vista que há a dedução fiscal, onde as empresas podem abater do imposto de renda o valor utilizado em atividades sociais e ainda que as empresas melhoram de forma significativa a qualidade de vida de seus funcionários quando investem na área social. Já para Formentini (2006) a prática da responsabilidade social protege e fortalece a imagem da empresa, proporcionando maior credibilidade e legitimidade à organização.

Ao ser indagada sobre quais os benefícios que a instituição pode proporcionar aos seus *stakeholders*, em virtude das ações e dos projetos sociais desenvolvidos pela mesma, a

acionista respondeu que “*Solidariedade, Cidadania, Compromisso e Aprendizagem*”.

Quando questionado o motivo pelo qual a instituição investe na área social, disse que “*precisamos dar um retorno á comunidade de que nos cerca além do compromisso de formar cidadãos*”. Pode-se observar que a instituição busca dar algum tipo de retorno a sociedade da qual faz parte, observando a dimensão filantrópica que é basicamente restituir a sociedade o que foi retirado dela. Se a empresa atua em determinada localidade explorando recursos oriundos da região como mão-de-obra, infraestrutura e matéria-prima é perfeitamente justificável a sua atuação em projetos que visem melhorias no ambiente social (FERREL *apud* SILVA, 2010).

Quanto ao conhecimento, por parte dos *stakeholders*, dos projetos/programas sociais desenvolvidos pela instituição, 84,09% dos colaboradores conhecem os projetos; 53,19% dos acadêmicos responderam não conhecerem, bem como 60,00% dos membros da comunidade afirmaram o mesmo. Acredita-se que a falta de conhecimento dos projetos/programas sociais seja por falta de divulgação e incentivo a participação, no que tange aos membros da comunidade. Quanto aos acadêmicos, acredita-se que não há interesse suficiente na participação nos projetos, por parte dos mesmos, pois a maioria afirmou que a instituição incentiva e proporciona a participação dos alunos nas ações sociais. Ou ainda, que tenham outros fatores que dificultem a participação dos alunos.

Foram citados pelos *stakeholders* que afirmaram conhecerem projetos/programas/ações sociais desenvolvidos pela faculdade diversos projetos: Ação Mulher; Caminhada Melhor Idade; Dia da Responsabilidade Social; Exercícios com Idosos; Dentista para a população; Hospital do Ursinho; Incentivo ao exame de próstata; Realização de exames na população; Projeto Terceira Idade; FelizIdade; Academia, Outubro Rosa; Amigas do Peito; Semana do Meio Ambiente; Novembro Azul; Natal Solidário; Projeto Atleta Nota 10; Bolsa das Profissões; Arrecadação de brinquedos; dentre outros.

O que se pode perceber é que a maioria dos projetos é voltada para a área da saúde, consequentemente, maioria dos alunos que participam desses projetos são alunos de cursos também da área de saúde, o que justifica opiniões expressas pelos alunos durante a realização da pesquisa, quando argumentaram que a faculdade promove e incentiva, com maior intensidade, a participação nos projetos sociais, os alunos de cursos como medicina,

enfermagem e farmácia. Neste caso, é interessante que faculdade busque ampliar a participação de acadêmicos de outros cursos como matemática, física e química, nos projetos sociais. Pode, inclusive, desenvolver projetos específicos voltados para essas áreas, assim ampliará a participação dos acadêmicos, bem como, o atendimento a população.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Responsabilidade social não compreende apenas contribuições financeiras a entidades sociais, mas também o intuito, por parte de uma organização, de atender necessidades e anseios de seus *stakeholders*. A responsabilidade social encontra-se dividida em quatro dimensões: econômica; legal; ética e filantrópica ou discricionária, cabendo a cada instituição incorporá-las no planejamento de suas atividades, a fim de proporcionar benefícios aos *stakeholders* e, conseqüentemente, a si mesma. A prática constante da responsabilidade social acarreta em benefícios mútuos, promovendo inúmeras vantagens às organizações e diversos benefícios aos *stakeholders*.

Os objetivos da pesquisa foram atingidos, uma vez que, verificou-se que a instituição pesquisada busca melhorar a qualidade de vida de seus *stakeholders*, pois, desenvolve muitos projetos sociais no município, atendendo a comunidade local. E observa as dimensões da responsabilidade social quanto aos acionistas, colaboradores e acadêmicos, na maioria dos aspectos pesquisados, tendo em vista que investe em melhorias na estrutura física; busca atender deficientes físicos; paga os salários de seus servidores do prazo certo; cumpre com as leis trabalhistas; promove campanhas publicitárias de forma clara e transparente; busca por maneiras sustentáveis de desenvolver suas atividades, dentre outros aspectos positivos observados.

Pode-se evidenciar que a prática da responsabilidade social traz inúmeros benefícios para a organização como melhoria de sua imagem perante a sociedade, melhoria da qualidade de vida dos *stakeholders*, satisfação dos colaboradores, dentre outros. A dimensão filantrópica ou discricionária é a de maior ênfase para a faculdade pesquisada, devido aos projetos/ações desenvolvidos como Ação Mulher; Dia da Responsabilidade Social; Outubro Rosa, dentre outros. A dimensão filantrópica ou discricionária detém maior incentivo e atenção da instituição.

O principal ponto forte identificado na instituição é o incentivo a participação dos acionistas nas ações sociais implementadas, pois para que os projetos e as ações sociais surtam os efeitos esperados é necessário o envolvimento da alta direção de uma organização. Outro ponto forte identificado é que a instituição não visa apenas o lucro para os sócios, mas também, busca proporcionar melhorias na qualidade de vida de funcionários, alunos e comunidade.

Foram detectados alguns pontos negativos para a instituição como insatisfação dos servidores quanto à remuneração; insuficiência de investimentos na qualificação profissional dos mesmos; tratamento não igualitário em relação aos diversos acadêmicos da faculdade, e ainda, o fato de que muitos acadêmicos terem afirmado que já foram prejudicados pela faculdade em virtude do descumprimento de suas obrigações. A maioria dos membros da comunidade também não possui muito conhecimento dos projetos e das ações sociais desenvolvidos.

Cabe à organização rever a sua política de remuneração, bem como sua relação com os acadêmicos, a fim de minimizar ou extinguir a insatisfação apresentada pelos *stakeholders*. Rever também a publicidade das ações sociais para maior efetivação dos benefícios que advém a comunidade diante dos projetos sociais que atendem a população do município.

A maior limitação da pesquisa foi a não participação de todos os acionistas da instituição. Apenas um dos mantenedores da faculdade se dispôs a participar. Se obtida a participação dos demais acionistas os resultados poderiam ser mais abrangentes, podendo haver comparação entre as opiniões dos mantenedores.

A pesquisa foi de fundamental importância para a organização, tendo em vista, que para a instituição se torna perceptível diversos aspectos que envolvem as políticas sociais implementadas pela mesma. A partir dos resultados obtidos a faculdade pode intensificar e fortalecer os pontos fortes identificados, bem como, buscar sanar as deficiências apontadas. Sugere-se para pesquisas futuras a comparação das ações sociais implementadas entre duas ou mais instituições de ensino superior no município, ou até mesmo, de municípios distintos, a fim de averiguar qual das dimensões da responsabilidade social tem mais ênfase em cada uma, e ainda, as principais ações sociais desenvolvidas.

## REFERÊNCIAS

- 1 BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu; JÚNIOR, João Chang. **A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação**. FACOM – nº 17 – 1º semestre de 2007.  
Disponível em: <[http://www.faap.br/revista\\_faap/revista\\_facom\\_17/silvio.pdf](http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom_17/silvio.pdf)> Acesso em: 18 abr. 2013.
  
- 2 DELGADO, Anna Karenina Chaves. **Mapeamento de stakeholders nas áreas conexas de turismo e meio ambiente**: Um estudo em João Pessoa/PB. Disponível em:  
<<http://www.sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao?idProducao...>> Acesso em: 15 abr. 2013.
  
- 3 FORMENTINI, Marcia. **Responsabilidade social e imagem empresarial** – um espaço para a atuação das relações públicas. UNESCO – Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. São Bernardo do Campo – SP – Brasil – 9 a 11 de outubro de 2006 – Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em:  
<[http://encipecom.metodista.br/.../gt3-\\_celacom-\\_01-\\_responsabilidade](http://encipecom.metodista.br/.../gt3-_celacom-_01-_responsabilidade)> Acesso em: 11 dez.2012.
  
- 4 FONTANELLA, Bruno José Barcelos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde**: contribuições teóricas. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 24(1):17-27, jan, 2008. Disponível em:<[www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf](http://www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf)> Acesso em 29 ago.2013.
  
- 5 GOMES, Danise Simon Robers. **A responsabilidade social como estratégia de gestão empresarial**: um estudo do caso CST. Disponível em:  
<[http://www.ut.com.br/ufes\\_mes/upload/anexo\\_Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_Danise\\_154831.pdf](http://www.ut.com.br/ufes_mes/upload/anexo_Disserta%C3%A7%C3%A3o_Danise_154831.pdf)> Acesso em: 14 ago.2013.
  
- 6 INSTITUTO Ethos. **Responsabilidade social**. Disponível em:<<http://www.institutoethos.org.br>> Acesso em: 19 abr.2013.
  
- 7 JÚNIOR, Lídio Val; GESTEIRO, Natália Paludetto. **A Responsabilidade social da empresa**. Disponível em:< <http://jus.com.br/revista/texto/5612/a-responsabilidade-social-da-empresa>> Acesso em: 23 abr. 2013.
  
- 8 LEMOS, Vanda Márcia Ferri; ROCHA, Marcius Hollanda Pereira da. **Responsabilidade social empresarial como ferramenta estratégica de gestão e sua relação com seus stakeholders**. VII Congresso Nacional em Excelência em Gestão. 12 e 13 de agosto de 2011. Disponível em: <[http://www.excelenciaemgestao.org/...t11\\_0327\\_1496.pdf](http://www.excelenciaemgestao.org/...t11_0327_1496.pdf)> Acesso em: 15 abr.2013.
  
- 9 LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. **Vale a pena investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders**, ganhos e perdas. Disponível em: [http://ethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20\\_.pdf](http://ethos.org.br/_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20_.pdf)>Acesso em 02 set.2013.

10 LUCCA, Elcio Anibal de. **O modelo de gestão empresarial e a responsabilidade social.** Disponível em: < <http://www.akatu.org.br/temas/sustentabilidade/pots/o-modelo-de-gestao-empresarial-e-a-responsabilidade-social> > Acesso em: 24 abr. 2013.

11 MACÊDO, Laura Ferreira. **Responsabilidade social:** a atuação de uma organização pública junto aos seus fornecedores. Disponível em: <[http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde\\_busca/arquivo.php?...232](http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?...232)> Acesso em: 15 abr. 2013.

12 MAESTRI, Hugo Cruz. **Função social da empresa, responsabilidade social e sustentabilidade:** um enfoque jurídico sobre a tríade social que integra as sociedades empresariais. Disponível em: <<http://www.mcampos.br/.../mestrado/.../hugmaestrifuncaosocialdaempresa> > Acesso em: 11 abr. 2013.

13 MEDINA, Luiz Gustavo; RIBEIRO, Robson Alves. **Os stakeholders, responsabilidade social e investimentos em ações.** Disponível em: <http://<touroloucoadm.blogspot.com/.../os-stakeholders-responsabilidade-social....>> Acesso em: 24 abr. 2013.

14 MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**/Maria Helena Michel – São Paulo: Atlas, 2005.

15 NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa** – características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, V.1, Nº 3, 2º SEM.1996. Disponível em: < [http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/pesquisa\\_qualitativa\\_caracteristicas\\_usos\\_e\\_possibilidades.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/pesquisa_qualitativa_caracteristicas_usos_e_possibilidades.pdf) > Acesso em 29 ago. 2013.

16 OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. **Escalas de mensuração de atitudes:**Thurstone; Osgood; Stapel; Likert; Guttman; Alpert. Disponível em:<[http://www.fecap.br/adm\\_online/art22/tania.htm](http://www.fecap.br/adm_online/art22/tania.htm)> Acesso em: 02 set.2013.

17 PINHEIRO, Priscila de França. **Implantação da responsabilidade social empresarial na gestão de fornecedores da construção civil** – análise do programa TEAR. Disponível em: <<http://fcardoso.pcc.usp.br/dissertação%20priscila%de%frança%20pin...> > Acesso em: 11 abr. 2013.

18 PONTES, Elizabeth Cangassú Reis. **A responsabilidade social das empresas e a estratégia organizacional.** Disponível em:< <http://www.unama.br/.../mestrado/.../...> > Acesso em: 15 abr.2013.

19 REIS, Antonio Ribas. **Gestão da responsabilidade social:** estudo em universidades da região metropolitana de Salvador. Disponível em:<[http://www.ceppev.cairu.br/mestrado/dhrs/.../reis\\_antonio\\_mestrado.pdf](http://www.ceppev.cairu.br/mestrado/dhrs/.../reis_antonio_mestrado.pdf)> Acesso em: 23 abr. 2013.

20 REIS, Carlos Nelson dos. **A responsabilidade social das empresas:** o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado? rev.econ.contemp. vol.11 no.2

Rio de Janeiro May/Aug.2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.Php?script=sci\\_arttex&pid=s1415](http://www.scielo.br/scielo.Php?script=sci_arttex&pid=s1415)> Acesso em: 11 dez. 2012.

21 RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável.** São Paulo Perspec. v.18 n.4 São Paulo out./dez. 2004. Disponível em:<<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392004000400009>> Acesso em: 18 abr. 2013.

22 SANTOS, Elenice C. Roginski M. **Responsabilidade social ou filantropia?** Sanare. Revista Técnica da Sanepar, Curitiba, v.20, n.20, p. 18-27, jul./dez. 2003. Disponível em:< <http://www.sanepar.com.br/sanepar/sanare/v20/art02.pdf>> Acesso em: 18 abr. 2013.

23 SANTOS, Izequias Estevam dos. **Textos selecionados de métodos e técnicas de pesquisa científica** – 2ª ed. – Rio de Janeiro: Impetus, 2000.

24 SILVA, Adriano Camiloto da; NETO, Diogo Gonzaga Torres; QUINTINO, Simone Marçal. **Manual do artigo científico do curso de administração.** Fundação Universidade Federal de Rondônia – Cacoal – 2010.

25 SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses** / Antonio Carlos Ribeiro da Silva – 2 ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

26 SILVA, Cristiane Duarte. **As vantagens das práticas de responsabilidade social para as empresas.** Disponível em:<<http://www.webartigos.com/artigos/as-vantagens-das-praticas-de-responsabilidade-social-para-as-empresas/32082/>> Acesso em: 24 abr. 2013.

27 SOUSA, Marisa Jacomini. **A responsabilidade social de empresas privadas como novo elemento na dinâmica democrática do Brasil.** Disponível em: <<http://www.secretariageral.gov.br/.../marisa%20jacomini%de20sousa...>> Acesso em: 18 abr. 2013.

28 VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12ª ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

29 VIEIRA, Roberto Fonseca. **A iniciativa privada no contexto social: exercício de cidadania e responsabilidade social.** RP em Revista Ano 5 – n.22- Salvador/BA – Mai,2007 – ISSN: 1809-1687. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/.../a-iniciativa-privada-no-contexto-social3p...>> Acesso em: 11 dez. 2012.

30 YOUNG, Ricardo. **Os desafios atuais da responsabilidade social empresarial no Brasil.** Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/.../artigos-os-desafios-atuais-da-...>> Acesso em: 18 abr. 2013.



## **ANEXO**

## **ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa **Benefícios da Responsabilidade Social para uma Instituição de Ensino Superior e seus Stakeholders**, no caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador (a) ou com a instituição. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e endereço do pesquisador (a) principal, podendo tirar dúvidas do projeto e de sua participação.

**PROGRAMA:** Graduação em Administração da UNIR – Fundação Universidade Federal de Rondônia

**PESQUISADOR (A) RESPONSÁVEL:** Luciléia Wilke

**ENDEREÇO:** Travessa Sebastião Pavane, 5390, Ministro Andreazza/RO

**TELEFONE:** (069) 9962 6845

### **OBJETIVOS:**

Identificar as estratégias e/ou ações adotadas pela empresa em estudo quanto à prática da responsabilidade social;

Verificar como a prática da responsabilidade social pode contribuir para a empresa e seus *stakeholders*;

Verificar como a empresa em estudo gerencia as práticas de responsabilidade social adotadas.

Evidenciar quais das quatro dimensões da responsabilidade social tem maior ênfase pela Instituição de Ensino Superior, conforme a percepção dos seus *stakeholders*.

**PROCEDIMENTOS DO ESTUDO:** (caso concorde em participar desta pesquisa, você terá que responder a um formulário de entrevista sobre responsabilidade social). Os dados coletados serão tabulados e analisados para fechamento do Artigo para Graduação no Curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia.

**RISCOS E DESCONFORTOS:** a pesquisa não oferece nenhum risco ou prejuízo ao participante.

**BENEFÍCIOS:** Melhorias na forma de gestão de Instituições de Ensino Superior.

**CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE:** Não haverá nenhum gasto ou pagamento com sua participação.

**CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA:** Garantia de sigilo que assegure a sua privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa. Os dados e o seu nome não serão divulgados.

**Assinatura do Participante:** \_\_\_\_\_

## **TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

Eu, LuciléiaWilke, DECLARO, para todos os fins de direito e que se fizerem necessários que isento completamente a Fundação Universidade Federal de Rondônia – *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles em Cacoal, o orientador e os professores indicados para comporem o ato de defesa presencial, de toda e qualquer responsabilidade pelo conteúdo e ideias expressas no presente trabalho de conclusão de curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado.

Cacoal / RO, 15 de junho de 2015.

---

Acadêmico: LuciléiaWilke

## **APÊNDICE**

## APÊNDICE A: FORMULÁRIO DE PESQUISA AOS ACADÊMICOS

Esta pesquisa refere-se ao trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Bacharel em Administração, com o tema **“Benefícios da responsabilidade social para uma Instituição de Ensino Superior e seus Stakeholders”<sup>1</sup>**, tendo como objetivo geral analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para a Instituição de Ensino Superior e seus *stakeholders*. Não há necessidade de se identificar, os dados coletados terão cunho absolutamente científico.

### 1) Gênero:

☐ Feminino ☐ Masculino

### 2) Idade:

☐ Abaixo de 18 anos ☐ 18 a 22 anos ☐ 23 a 27 anos ☐ 28 a 32 anos ☐ 33 a 37 anos  
☐ 38 a 42 anos ☐ 43 a 47 anos ☐ 48 a 53 anos ☐ Acima de 54 anos

### 3) Renda Mensal:

☐ Até 01 Salário Mínimo ☐ 02 a 03 Salários Mínimos ☐ 04 a 05 Salários Mínimos  
☐ 06 a 07 Salários Mínimos ☐ 08 a 09 Salários Mínimos ☐ Acima de 10 Salários Mínimos

### 4) Qual curso frequenta?

☐ Medicina ☐ Medicina Veterinária ☐ Física ☐ Fisioterapia ☐ Educação Física ☐ Ciências Biológicas  
☐ Enfermagem ☐ Psicologia ☐ Química ☐ Odontologia ☐ Administração ☐ Ciências Contábeis  
☐ Farmácia ☐ Matemática ☐ PREFOPE ☐ Arquitetura ☐ Agronegócio ☐ Gestão Ambiental  
☐ Gestão em R. Humanos ☐ Processos Gerenciais ☐ Pós-Graduação ☐ Outros

### 5) Há quanto tempo estuda na instituição?

☐ Menos de 01 ano ☐ 01 a 02 anos ☐ 03 a 04 anos ☐ 05 a 06 anos ☐ Mais de 07 anos

### 6) Forma de pagamento das mensalidades do curso:

☐ Pago integralmente ☐ Pago 50% ☐ Pago 75% ☐ Financiamento de 100% ☐ Bolsa integral  
Outros \_\_\_\_\_

### 7) Caso você seja beneficiário de algum desconto/financiamento ou bolsa na mensalidade, destaque qual o programa:

☐ Crédito Educativo Institucional FACICRED ☐ Educa + Brasil ☐ FIES ☐ PROUNI ☐ Convênios  
☐ Desconto por pontualidade nas mensalidades ☐ Desconto grau de parentesco ☐ desconto ex-aluno  
FACIMED  
☐ Outros \_\_\_\_\_

### 8) Percepção Instituição-responsabilidade social (Assinale com X a opção que mais se aproxima de sua opinião)

Questões	Concordo totalmente	Concordo	Nem discordo/nem concordo	Discordo	Discordo totalmente
<b>Dimensão Econômica</b>					
Acredito que a principal função de uma instituição de ensino superior particular deve ser a de gerar lucro e dividendo aos seus sócios, entretanto, a mesma deve se preocupar também em beneficiar seus <i>stakeholders</i> , como, por exemplo, remunerando justamente seus colaboradores e proporcionando mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento aos seus diversos acadêmicos.					
A instituição de ensino superior					

<sup>1</sup> Grupos que possuem algum interesse em determinada organização, sendo influenciados ou influenciando as atividades da mesma. No caso de uma instituição de ensino superior seus principais *stakeholders* são os acionistas (proprietários), acadêmicos e colaboradores (funcionários).

proporciona aos seus diversos acadêmicos, mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento.					
A instituição de ensino superior investe de forma contínua em melhorias, no que diz respeito à infraestrutura de suas dependências, buscando oferecer laboratórios atualizados, salas de aula adequadas e confortáveis, tecnologias sustentáveis, ambiente de trabalho seguro e saudável, dentre outros.					
A instituição de ensino superior investe em cursos, treinamentos etc., para o aperfeiçoamento de seus funcionários, principalmente de professores, visando melhorias nos serviços prestados.					
<b>Dimensão legal</b>					
Um dos mais importantes princípios de uma instituição de ensino superior deve ser o desenvolvimento de suas atividades em consonância com o cumprimento das leis impostas pelo Estado (Leis Municipais, Estaduais e Federais).					
A instituição de ensino superior paga os salários de seus servidores no prazo certo.					
A instituição de ensino superior cumpre as obrigações que lhes são impostas pelo Estado, no que diz respeito aos direitos dos estudantes garantidos em lei.					
Já fui prejudicado pelo descumprimento, por parte da faculdade, de normas que regulamentam o direito dos estudantes.					
<b>Dimensão Ética</b>					
As decisões da instituição de ensino superior são baseadas na imparcialidade, levando-se em consideração os interesses, inclusive, de pessoas desconhecidas pela instituição.					
A instituição de ensino superior age respeitando sempre o direito a opiniões contrárias advindas de seus <i>stakeholders</i> , procurando compreendê-las.					
A instituição de ensino superior procura formas sustentáveis de desenvolver suas atividades, objetivando a minimização de quaisquer prejuízos ambientais causados pela sua atividade.					
A instituição de ensino superior promove campanhas publicitárias de forma clara e transparente, inclusive, acentuando possíveis perdas ou sanções que possam advir a seus clientes (acadêmicos).					
A instituição de ensino superior proporciona infraestrutura adequada para deficientes, de forma a facilitar o acesso dos mesmos a todos os departamentos da faculdade.					
A instituição de ensino superior emprega deficientes (auditivo, visual, mental, físico, dentre outros), bem como destina					

parte das vagas oferecidas em seus diversos cursos para este tipo de público.					
A instituição de ensino superior trata seus subordinados de forma igualitária, independentemente do nível hierárquico; do grau de instrução; de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição de ensino superior trata seus acadêmicos de forma igualitária, independentemente de classe social; da forma de ingresso na faculdade (bolsistas); de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição de ensino superior possui código de ética.					
A instituição procura resolver de forma amigável conflitos/impasses/problemas advindos de seu relacionamento com funcionários e acadêmicos, bem como entre professores e alunos.					
<b>Dimensão filantrópica ou discricionária</b>					
A instituição de ensino superior desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal beneficiando diversos tipos de públicos como crianças, idosos, deficientes, moradores de rua, dependentes químicos, dentre outros.					
A faculdade proporciona e incentiva a participação dos acadêmicos nos projetos e ações sociais desenvolvidos pela mesma.					
Já participei de projetos sociais desenvolvidos pela instituição de ensino superior em que estudo.					
A faculdade ajuda diversas instituições de caridade do Município de Cacoal, como a Casa de Acolhimento São Camilo, o Abrigo Municipal, dentre outros, seja na forma de doações financeiras, participação dos acadêmicos em atividades das instituições de caridade etc.					
A instituição faz publicidade das ações sociais desenvolvidas pela mesma.					

**9) Você conhece projetos e/ou programas sociais que a FACIMED desenvolve?**

( ) Sim ( ) Não

Quais: \_\_\_\_\_

**10) Caso tenha algo a acrescentar sobre o assunto, gentileza destacar aqui.**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**TERMO DE CONSENTIMENTO:**

Eu \_\_\_\_\_, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura do participante: \_\_\_\_\_ Local/data: \_\_\_\_\_

Caso não queira identificar-se marque o campo seguinte: ( )

A Pesquisadora Responsável por este Artigo é Luciléia Wilke (9962-6845) do curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal, sob orientação da Prof<sup>ma</sup> Simone Marçal. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.

## APÊNDICE B: FORMULÁRIO DE PESQUISA AOS COLABORADORES

Esta pesquisa refere-se ao trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Bacharel em Administração, com o tema **“Benefícios da Responsabilidade Social para uma Instituição de Ensino Superior e seus *Stakeholders*”<sup>2</sup>**, tendo como objetivo geral analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para a Instituição de Ensino Superior e seus *stakeholders*. Não há necessidade de se identificar, os dados coletados terão cunho absolutamente científico.

### 1) Gênero:

( ) Feminino ( ) Masculino

### 2) Idade:

( ) 18 a 22 anos ( ) 23 a 27 anos ( ) 28 a 32 anos ( ) 33 a 37 anos  
( ) 38 a 42 anos ( ) 43 a 47 anos ( ) 48 a 53 anos ( ) acima de 54 anos

### 3) Escolaridade:

( ) Ensino fundamental ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino médio ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino superior ( ) completo ( ) incompleto Qual área? \_\_\_\_\_  
( ) Pós-graduação ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Outros: \_\_\_\_\_

### 4) Tempo de atuação na instituição

( ) Até 01 ano ( ) 02 a 03 anos ( ) 04 a 05 anos ( ) 06 a 07 anos ( ) 08 a 09 anos  
( ) Acima de 10 anos

### 5) Renda Mensal

( ) 01 Salário Mínimo ( ) 02 a 03 Salários Mínimos ( ) 04 a 05 Salários Mínimos  
( ) 06 a 07 Salários Mínimos ( ) 08 a 09 Salários Mínimos ( ) Acima de 10 salários mínimos

### 6) Função exercida na empresa: \_\_\_\_\_

### 7) Percepção Instituição-responsabilidade social (Assinale com X a opção que mais se aproxima de sua opinião)

Questões	Concordo totalmente	Concordo	Nem discordo/nem concordo	Discordo	Discordo totalmente
<b>Dimensão Econômica</b>					
Acredito que a principal função de uma instituição de ensino superior particular deve ser a de gerar lucros e dividendos aos seus sócios, entretanto, a mesma deve se preocupar também em beneficiar seus <i>stakeholders</i> , como, por exemplo, remunerando justamente seus colaboradores e proporcionando mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento aos seus diversos acadêmicos.					
A instituição de ensino superior proporciona remuneração justa e de acordo com as atribuições de cada função existente na instituição.					
A instituição de ensino superior investe de forma contínua em melhorias, no que diz respeito à infraestrutura de suas dependências, buscando oferecer laboratórios atualizados, salas de aula					

<sup>2</sup> Grupos que possuem algum interesse em determinada organização, sendo influenciados ou influenciando as atividades da mesma. No caso de uma instituição de ensino superior seus principais *stakeholders* são os acionistas (proprietários), acadêmicos e colaboradores (funcionários).



adequadas e confortáveis, tecnologias sustentáveis, ambiente de trabalho seguro e saudável, dentre outros.					
A instituição de ensino superior investe em cursos, treinamentos etc., para o aperfeiçoamento de seus funcionários, visando melhorias nos serviços prestados.					
<b>Dimensão legal</b>					
Um dos mais importantes princípios de uma instituição de ensino superior deve ser o desenvolvimento de suas atividades em consonância com o cumprimento das leis impostas pelo Estado (Leis Municipais, Estaduais e Federais).					
A instituição de ensino superior paga os salários de seus servidores no prazo certo.					
A instituição de ensino superior cumpre as leis trabalhistas.					
Já fui prejudicado pelo descumprimento, por parte da faculdade, de normas que regulamentam o direito dos trabalhadores.					
<b>Dimensão Ética</b>					
As decisões da instituição de ensino superior são baseadas na imparcialidade, levando-se em consideração os interesses, inclusive, de pessoas desconhecidas pela instituição.					
A instituição de ensino superior age respeitando sempre o direito a opiniões contrárias advindas de seus <i>stakeholders</i> , procurando compreendê-las.					
A instituição de ensino superior procura formas sustentáveis de desenvolver suas atividades, objetivando a minimização de quaisquer prejuízos ambientais causados pela sua atividade.					
A instituição de ensino superior promove campanhas publicitárias de forma clara e transparente, inclusive, acentuando possíveis perdas ou sanções que possam advir a seus clientes (acadêmicos).					
A instituição de ensino superior proporciona infraestrutura adequada para os deficientes, de forma a facilitar o acesso dos mesmos a todos os departamentos da faculdade.					
A instituição de ensino superior emprega deficientes (auditivo, visual, mental, físico, dentre outros), bem como destina parte das vagas oferecidas em seus diversos cursos para este tipo de público.					

A instituição de ensino superior trata seus subordinados de forma igualitária, independentemente do nível hierárquico; do grau de instrução; de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição de ensino superior trata seus acadêmicos de forma igualitária, independentemente de classe social; da forma de ingresso na faculdade (bolsistas); de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição possui código de ética.					
A instituição procura resolver de forma amigável conflitos/impasses/problemas advindos de seu relacionamento com funcionários e acadêmicos, bem como entre professores e alunos.					
<b>Dimensão filantrópica ou discricionária</b>					
A instituição de ensino superior desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal beneficiando diversos tipos de públicos como crianças, idosos, deficientes, moradores de rua, dependentes químicos, dentre outros.					
A faculdade proporciona e incentiva a participação de seus funcionários nos projetos e ações sociais desenvolvidos pela mesma.					
Já participei de projetos sociais desenvolvidos pela instituição de ensino superior em que trabalho.					
A faculdade ajuda diversas instituições de caridade do Município de Cacoal, como a Casa de Acolhimento São Camilo, o Abrigo Municipal, dentre outros, seja na forma de doações financeiras, participação dos acadêmicos em atividades das instituições de caridade etc.					
A instituição faz publicidade das ações sociais desenvolvidas pela mesma.					

**7) Você conhece projetos e/ou programas sociais que a FACIMED desenvolve?**

( ) Sim ( ) Não

Quais: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8) Caso tenha algo a acrescentar sobre o assunto, gentileza destacar aqui.**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**TERMO DE CONSENTIMENTO:**

Eu \_\_\_\_\_, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura do participante: \_\_\_\_\_ Local/data: \_\_\_\_\_

Caso não queira identificar-se marque o campo seguinte: ( )

A Pesquisadora Responsável por este Artigo é Luciléia Wilke (9962-6845) do curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal, sob orientação da Prof<sup>ma</sup> Simone Marçal. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.

## APÊNDICE C: FORMULÁRIO DE PESQUISA AOS MEMBROS DA COMUNIDADE LOCAL (CACOAL)

Esta pesquisa refere-se ao trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Bacharel em Administração, com o tema **“Benefícios da Responsabilidade Social para uma Instituição de Ensino Superior e seus *Stakeholders*”<sup>3</sup>**, tendo como objetivo geral analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para a Instituição de Ensino Superior e seus *stakeholders*. Não há necessidade de se identificar, os dados coletados terão cunho absolutamente científico.

### 1) Gênero:

( ) Feminino ( ) Masculino

### 2) Idade:

( ) 18 a 22 anos ( ) 23 a 27 anos ( ) 28 a 32 anos ( ) 33 a 37 anos  
( ) 38 a 42 anos ( ) 43 a 47 anos ( ) 48 a 53 anos ( ) acima de 54 anos

### 3) Escolaridade:

( ) Ensino fundamental ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino médio ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino superior ( ) completo ( ) incompleto Qual área? \_\_\_\_\_  
( ) Pós-graduação ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Outros: \_\_\_\_\_

### 4) Renda Mensal:

( ) Até 01 Salário Mínimo ( ) 02 a 03 Salários Mínimos ( ) 04 a 05 Salários Mínimos  
( ) 06 a 07 Salários Mínimos ( ) 08 a 09 Salários Mínimos ( ) Acima de 10 salários mínimos

### 5) Possui familiares/amigos que trabalham ou estudam na Instituição de Ensino Superior FACIMED de Cacoal?

( ) Sim ( ) Não

### 6) Percepção Instituição-responsabilidade social (Assinale com X a opção que mais se aproxima de sua opinião)

Questões	Concordo totalmente	Concordo	Nem discordo/nem concordo	Discordo	Discordo totalmente
<b>Dimensão Econômica</b>					
Acredito que a principal função de uma instituição de ensino superior particular deve ser a de gerar lucro e dividendo aos seus sócios, entretanto, a mesma deve se preocupar também em beneficiar seus <i>stakeholders</i> , como, por exemplo, remunerando justamente seus colaboradores e proporcionando mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento aos seus diversos acadêmicos.					
A Instituição de Ensino Superior FACIMED proporciona aos seus diversos acadêmicos, mensalidades acessíveis e facilidades de pagamento, bem como proporciona aos seus funcionários salários justos.					

<sup>3</sup> Grupos que possuem algum interesse em determinada organização, sendo influenciados ou influenciando as atividades da mesma. No caso de uma instituição de ensino superior seus principais *stakeholders* são os acionistas (proprietários), acadêmicos e colaboradores (funcionários).

Quanto a Instituição de Ensino Superior FACIMED, você percebe que a mesma investe em melhorias em sua estrutura física, oferecendo laboratórios atualizados, salas de aula adequadas e confortáveis, tecnologias sustentáveis, ambiente de trabalho seguro e saudável, dentre outros.					
Quanto a Instituição de Ensino Superior FACIMED, você percebe que a mesma investe em qualificação profissional de seus funcionários, o que pode ser observado, por exemplo, pelo crescimento do número de alunos e pelo reconhecimento alcançado pela faculdade.					
<b>Dimensão Legal</b>					
Um dos mais importantes princípios de uma instituição de ensino superior deve ser o desenvolvimento de suas atividades em consonância com o cumprimento das leis impostas pelo Estado (Leis Municipais, Estaduais e Federais).					
A FACIMED não atrasa o pagamento dos salários de seus funcionários.					
A FACIMED não descumpre leis e/ou obrigações referentes aos direitos de seus acadêmicos, ou mesmo, tenha os prejudicado.					
A FACIMED cumpre com as leis trabalhistas.					
<b>Dimensão Ética</b>					
É perceptível que a FACIMED tem maneiras sustentáveis de desenvolver suas atividades, contribuindo para a diminuição dos danos ambientais causados pelas atividades das empresas. Evita desperdício de energia elétrica, coleta seletiva, reciclagem etc.					
Percebe-se que a Faculdade FACIMED faz propagandas claras e transparentes, dando perfeito entendimento do conteúdo veiculado.					
Quanto à estrutura física pode-se notar que a FACIMED atende os deficientes visuais, físicos dentre outras deficiências, pois possui, por exemplo, rampas de acesso, corrimões nos principais setores da faculdade.					
A instituição de ensino superior emprega deficientes (auditivos, visuais, físicos, mentais dentre outros), bem como destina parte das					

vagas oferecidas em seus diversos cursos para este tipo de público.					
A instituição de ensino superior trata seus funcionários de forma igualitária, independentemente do nível hierárquico; do grau de instrução; de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição de ensino superior trata seus acadêmicos de forma igualitária, independentemente de classe social; da forma de ingresso na faculdade (bolsistas); de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
<b>Dimensão Filantrópica ou Discricionária</b>					
A Instituição de Ensino Superior FACIMED desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal beneficiando diversos tipos de públicos como crianças, idosos, deficientes, moradores de rua, dependentes químicos, dentre outros.					
Já participei de projetos/ações sociais desenvolvidos pela Instituição de Ensino Superior FACIMED.					
A faculdade FACIMED ajuda diversas instituições de caridade do Município de Cacoal, como a Casa de Acolhimento São Camilo, o Abrigo Municipal, dentre outros, seja na forma de doações financeiras, participação dos acadêmicos em atividades das instituições de caridade etc.					
Já assisti/ouvi propagandas da FACIMED em que a mesma comenta sobre seus projetos/ações sociais.					

**7) Você conhece projetos e/ou programas sociais que a FACIMED desenvolve?**

( ) Sim ( ) Não

Quais: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**8) Caso tenha algo a acrescentar sobre o assunto, gentileza destacar aqui.**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**TERMO DE CONSENTIMENTO:**

Eu \_\_\_\_\_, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura do participante: \_\_\_\_\_ Local/data: \_\_\_\_\_

Caso não queira identificar-se marque o campo seguinte: ( )

A Pesquisadora Responsável por este Artigo é Luciléia Wilke (9962-6845) do curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal, sob orientação da Prof<sup>ma</sup> Simone Marçal. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.

## APÊNDICE D: FORMULÁRIO DE PESQUISA AOS ACIONISTAS

Esta pesquisa refere-se ao trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Bacharel em Administração, com o tema **“Benefícios da Responsabilidade Social para uma Instituição de Ensino Superior e seus *Stakeholders*”<sup>4</sup>**, tendo como objetivo geral analisar os benefícios advindos da prática constante da responsabilidade social para a Instituição de Ensino Superior e seus *stakeholders*. Não há necessidade de se identificar, os dados coletados terão cunho absolutamente científico.

### 1) Gênero:

( ) Feminino ( ) Masculino

### 2) Idade:

( ) 18 a 22 anos ( ) 23 a 27 anos ( ) 28 a 32 anos ( ) 33 a 37 anos  
( ) 38 a 42 anos ( ) 43 a 47 anos ( ) 48 a 53 anos ( ) acima de 54 anos

### 3) Escolaridade:

( ) Ensino fundamental ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino médio ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Ensino superior ( ) completo ( ) incompleto Qual área? \_\_\_\_\_  
( ) Pós-graduação ( ) completo ( ) incompleto  
( ) Outros: \_\_\_\_\_

### 4) Tempo de atuação na instituição

( ) Até 01 ano ( ) 02 a 03 anos ( ) 04 a 05 anos ( ) 06 a 07 anos ( ) 08 a 09 anos  
( ) Acima de 10 anos

### 5) Percepção Instituição-responsabilidade social (Assinale com X a opção que mais se aproxima de sua opinião)

Questões	Concordo totalmente	Concordo	Nem discordo/ nem concordo	Discordo	Discordo Totalmente
<b>Dimensão Econômica</b>					
A principal função da instituição é a de gerar lucros e dividendos aos seus sócios, sem se importar com ganhos e benefícios que possam advir aos seus <i>stakeholders</i> .					
A principal função da instituição é a de gerar lucros e dividendos aos seus sócios, entretanto, a mesma se preocupa em beneficiar seus <i>stakeholders</i> , como por exemplo, remunerando justamente seus colaboradores e proporcionando mensalidades acessíveis e facilidade de pagamento aos seus diversos acadêmicos.					
A instituição pratica preços que proporcionam a obtenção de lucro de forma satisfatória aos acionistas e que proporcionam também a continuidade das atividades da mesma.					
A instituição destina parte de seu lucro para o financiamento de projetos de cunho social, com vistas à obtenção da melhoria da qualidade de vida de seus <i>stakeholders</i> .					

<sup>4</sup> Grupos que possuem algum interesse em determinada organização, sendo influenciados ou influenciando as atividades da mesma. No caso de uma instituição de ensino superior seus principais *stakeholders* são os acionistas (proprietários), acadêmicos e colaboradores (funcionários).

A instituição destina parte de seu lucro para a promoção de cursos, treinamentos, dentre outros, para o aperfeiçoamento de seus colaboradores.					
A instituição investe de forma contínua em melhorias, no que diz respeito à infraestrutura de suas dependências, buscando oferecer laboratórios atualizados, salas de aula adequadas e confortáveis, tecnologias sustentáveis, ambiente de trabalho seguro e saudável, dentre outros.					
<b>Dimensão Legal</b>					
Um dos mais importantes princípios da instituição é o desenvolvimento de suas atividades em consonância com o cumprimento das leis impostas pelo Estado (Leis Municipais, Estaduais e Federais).					
Para a instituição é muito importante cumprir os prazos de pagamento de dívidas fiscais, bem como cumprir os prazos de pagamento de salários e benefícios.					
A instituição respeita e cumpre as leis trabalhistas.					
A instituição respeita as normas que regem o seu relacionamento com os acadêmicos.					
<b>Dimensão Ética</b>					
As decisões da empresa são baseadas na imparcialidade, levando-se em consideração os interesses, inclusive, de pessoas desconhecidas pela instituição.					
A instituição age respeitando sempre o direito a opiniões contrárias advindas de seus <i>stakeholders</i> , procurando compreendê-las.					
A instituição procura formas sustentáveis de desenvolver suas atividades, objetivando a minimização de quaisquer prejuízos ambientais causados pela sua atividade.					
A instituição promove campanhas publicitárias de forma clara e transparente, inclusive, acentuando possíveis perdas ou sanções que possam advir a seus clientes (acadêmicos).					
A instituição proporciona infraestrutura adequada para deficientes, de forma a facilitar o acesso dos mesmos a todos os departamentos da faculdade.					
A instituição emprega deficientes (auditivo, visual, mental, físico, dentre outros), bem como destina parte das vagas oferecidas em seus					

diversos cursos para este tipo de público.					
A instituição trata seus subordinados de forma igualitária, independentemente do nível hierárquico; do grau de instrução; de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição trata seus acadêmicos de forma igualitária, independentemente de classe social; da forma de ingresso na faculdade (bolsistas); de cor, idade, sexo ou opção sexual.					
A instituição possui código de ética.					
A instituição procura resolver de forma amigável conflitos/impasses/problemas advindos de seu relacionamento com funcionários e acadêmicos, bem como entre professores e alunos.					
<b>Dimensão Filantrópica ou Discricionária</b>					
A instituição desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal beneficiando diversos tipos de públicos como crianças, idosos, deficientes, moradores de rua, dependentes químicos, dentre outros.					
A faculdade proporciona e incentiva a participação de acadêmicos, professores e acionistas em seus projetos sociais.					
A instituição desenvolve/participa de projetos sociais, por acreditar que os mesmos possam trazer retornos diversos à faculdade, como melhoria da imagem da perante a sociedade, benefícios fiscais, dentre outros.					
A instituição participa de obras sociais sem esperar quaisquer tipos de retornos.					
A faculdade ajuda diversas instituições de caridade do Município de Cacoal, como a Casa de Acolhimento São Camilo, o Abrigo Municipal, dentre outros, seja na forma de doações financeiras, participação dos acadêmicos em atividades das instituições de caridade etc.					
A instituição faz publicidade das ações sociais desenvolvidas pela mesma.					

**7)Em sua opinião, quais são os programas/ações sociais mais relevantes desenvolvidos pela FACIMED?**

---



---

**8) Em sua percepção, quais são os principais benefícios que podem ser obtidos pela Instituição de Ensino Superior FACIMED, mediante a prática constante da responsabilidade social? (Assinale alternativas).**

- ☐ Benefícios fiscais    ☐ Melhoria da imagem da empresa perante a sociedade    ☐ Conquista de novos investidores  
☐ Conquista de novos acadêmicos    ☐ Satisfação de colaboradores e acadêmicos  
☐ Maior lucro    ☐ Oportunidade de divulgação do nome da empresa    ☐ Contribuição na melhoria da



qualidade de vida de diversos *stakeholders* ( ) Outros  
Quais: \_\_\_\_\_

**9) Em sua opinião, quais são os principais benefícios que podem ser proporcionados aos diversos *stakeholders* da instituição (acadêmicos, colaboradores, comunidade), em virtude das ações/programas sociais realizados pela FACIMED?**

---

---

---

**10) Por que a FACIMED investe na área social?**

---

---

---

**11) Caso tenha algo a acrescentar sobre o assunto, gentileza destacar aqui.**

---

---

---

**TERMO DE CONSENTIMENTO:**

Eu \_\_\_\_\_, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura do participante: \_\_\_\_\_ Local/data: \_\_\_\_\_

Caso não queira identificar-se marque o campo seguinte: ( )

A Pesquisadora Responsável por este Artigo é Luciléia Wilke (9962-6845) do curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal, sob orientação da Profª Simone Marçal. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.